

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE**  
**ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS**

Relatório de Estágio

Curso de Segundo Ciclo de Estudos em Mestrado de Média e Sociedade

2018/2019

**A PRESENÇA *ONLINE* DAS AUTARQUIAS DO ALENTEJO – A CÂMARA  
MUNICIPAL DE ÉVORA**

**Mestranda**

Joana Mouquinho Penderlico

**Orientadora**

Professora Doutora Cláudia Pacheco

**Portalegre**

**2020**

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE**  
**ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS**

Relatório de Estágio

Curso de Segundo Ciclo de Estudos em

Mestrado de Média e Sociedade

2018/2019

**A PRESENÇA *ONLINE* DAS AUTARQUIAS DO ALENTEJO – A CÂMARA  
MUNICIPAL DE ÉVORA**

**Mestranda**

Joana Mouquinho Penderlico

**Orientadora**

Professora Doutora Cláudia Pacheco

**Portalegre**

**2020**

**INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE**  
**ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS**

Relatório de Estágio

Curso de Segundo Ciclo de Estudos em

Mestrado de Média e Sociedade

2018/2019

**A PRESENÇA *ONLINE* DAS AUTARQUIAS DO ALENTEJO – A CÂMARA  
MUNICIPAL DE ÉVORA**

**Mestranda**

Joana Mouquinho Penderlico

**Constituição do Júri:**

**Presidente:** Professor Doutor Alexandre Miguel Cotovio de Sá Martins

**Arguente:** Professora Doutora Hermelinda da Conceição Trindade Carlos

**Orientadora:** Professora Doutora Cláudia Liz de Castro Pacheco

**Portalegre**

**2020**

Comunica-se não só para informar, mas também para  
estimular uma participação pública

Eduardo Camilo

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais, Fátima e Fernando, e aos meus irmãos, Nando e Pedro, pelo apoio incondicional todos os dias da minha vida e por nunca me deixarem desistir.

Ao Luís, pela força que é e que me dá em todos os momentos da minha vida.

Aos meus avós, tios e primos, que sempre me incentivaram a continuar a lutar pelos meus sonhos.

À Professora Doutora Cláudia Pacheco, por se mostrar sempre disponível desde que lhe pedi para me orientar nesta fase. Obrigada por me ajudar a concretizar esta etapa e por estar sempre presente, longe ou perto, em todos os momentos.

Aos meus amigos, que me deram a mão e palavras de conforto e força quando o cansaço já começava a acusar.

A todos o meu mais sincero obrigada!

## RESUMO

Num mundo que está em constante mudança, no que diz respeito à comunicação, é necessário conseguir acompanhá-la. No meio de todas estas mudanças, surgiram as redes sociais e com estas diversas alterações na vida quotidiana de grande parte da população.

Este relatório de estágio explora a utilização das redes sociais *online* pelas empresas, neste caso nas Câmaras Municipais.

É feito um estudo às Câmaras Municipais do Alentejo sobre a forma como utilizam as redes sociais, dando foco sobretudo a uma Câmara em particular, a Câmara Municipal de Évora.

O trabalho feito pelo Gabinete de Comunicação desta Câmara é aqui objeto de estudo, para que seja possível entender de que forma utiliza as redes sociais e os recursos do *online* que tem ao seu dispor atualmente e o impacto que tem na população.

**Palavras-chaves:** Câmara Municipal de Évora; Gabinete de Comunicação; Redes Sociais *Online*; Alentejo; Autarquias; Comunicação.

## **ABSTRACT**

In a world that is constantly changing in what communication is concerned, it's vital to keep up with innovation. Social networks have disrupted the way people interact, causing dramatic impact in the daily lives of a huge part of the population.

This internship report explores the usage of online social networks by companies, specifically in City Halls.

It's made a study of how City Halls in the region of Alentejo use social networks, focusing in particular in the City Hall of Évora.

Its Communication Bureau is the focus of this study, aiming to understand how its usage of social networks and the online resources that are nowadays available is done and what impact it has in the population.

**Key-words:** City Hall; Communication Bureau; Online Social Networks; Alentejo; Autarchies; Communication.

## ÍNDICE

ÍNDICE DE IMAGENS .....	9
INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO 1 - A COMUNICAÇÃO MUNICIPAL.....	11
1.1. O INÍCIO DA COMUNICAÇÃO DOS MUNICÍPIOS .....	11
1.2. COMUNICAÇÃO MUNICIPAL NA ERA DO <i>ONLINE</i> .....	18
1.2.1. A <i>Internet</i> na sociedade atual .....	20
CAPÍTULO 2 – AS AUTARQUIAS NAS REDES SOCIAIS .....	22
2.1. AS REDES SOCIAIS <i>ONLINE</i> .....	22
2.2. AS AUTARQUIAS NA <i>INTERNET</i> .....	24
2.3. AS AUTARQUIAS ALENTEJANAS NAS REDES SOCIAIS .....	26
CAPÍTULO 3 – CÂMARA MUNICIPAL DE ÉVORA .....	30
3.1. A CIDADE DE ÉVORA .....	30
3.2. CÂMARA MUNICIPAL DE ÉVORA – BREVE INTRODUÇÃO .....	31
3.2.1. O Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora.....	32
3.3. O ESTÁGIO NO GABINETE DE COMUNICAÇÃO .....	33
3.3.1. Atividades desenvolvidas .....	33
3.3.1.1. <i>Clipping</i> .....	34
3.3.1.2. Sugestões da semana .....	38
3.3.1.3. Notas de imprensa e fotografia.....	39
.....	44
3.3.1.4. Outras atividades .....	46
CAPÍTULO 4 – A COMUNICAÇÃO NA CÂMARA MUNICIPAL DE ÉVORA.....	50
4.1. METODOLOGIA .....	50
4.1.1. Observação .....	50
4.1.2. Entrevista.....	51
4.2. ANÁLISE DE RESULTADOS .....	52
CONCLUSÕES .....	59
BIBLIOGRAFIA .....	61
ANEXOS .....	63



## ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1: Tabela de dados relativos às Câmaras Municipais. Fonte: <i>A Web 2.0</i> (2009) .....	19
Imagem 2- Tabela de clipping evento "Artes à Rua.....	35
Imagem 3- Exemplo de notícia em pdf do evento "Artes à Rua" .....	36
Imagem 4- Tabela de clipping semanal .....	37
Imagem 5 - 19º Encontro Internacional de Arte Jovem – Évora 2018.....	43
Imagem 6 - Observação de cogumelos no Alto de São Bento .....	44
Imagem 7 - Almoço de Natal Seniores Ativos 2018 .....	45

## INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio realizado no Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora tem como objetivo explorar a comunicação no mundo *online*, sobretudo nas redes sociais, que já são utilizadas por todas as autarquias alentejanas. É feito um estudo mais aprofundado da Câmara Municipal de Évora, dando foco ao Gabinete de Comunicação, local que difunde a informação do município.

Num mundo que está em constante mudança é necessário saber acompanhá-la. Um dos fatores que mais alterações tem sofrido nos últimos anos é a comunicação. Comunicar tornou-se num fator imprescindível nos dias de hoje. As pessoas estão constantemente a comunicar, sobretudo no mundo virtual, seja por chamadas ou por mensagens nos telemóveis, atualmente denominados de *smartphones*.

Com o rápido crescimento das redes sociais esta comunicação tornou-se ainda mais viral. Nestas redes *online* é possível comunicar, quer seja por mensagens públicas através de comentários ou publicações nos perfis pessoais dos utilizadores, quer seja através de mensagens privadas.

Este grande crescimento de utilizadores e utilização no mundo virtual fez com que, não apenas particulares, mas também empresas sentissem a necessidade de se integrarem nesta nova forma de comunicação. Por isso, hoje em dia, é cada vez mais habitual encontrar qualquer tipo de empresa presente em *sites* e em redes sociais, muitas das vezes em mais do que uma.

Esta adesão vem da necessidade de estar perto do público e chegar a todos os tipos de públicos. Apesar de continuar a existir comunicação na forma de panfletos, *moopis*, cartazes, entre outros, agora é também necessário passá-la para o virtual, assim como o jornalismo, pois também este continua a existir em papel, rádio e televisão. Porém é cada vez maior a adesão de órgãos de comunicação social às redes sociais.

Com a realização deste relatório é estudada a forma como os municípios do Alentejo têm feito a sua comunicação nas redes sociais. A sua presença em *sites* também é importante, porém aqui o que nos importa desenvolver é saber como são utilizadas as redes sociais pelos municípios e como se comunicam com o público.

Este relatório começa por abordar como a comunicação dos municípios era feita antes da *Internet*, passando depois a explorar a utilização inicial feita no mundo *online* e como é nos

dias de hoje. De seguida são referidas as redes sociais e a presença das autarquias nestas, culminando num estudo efetuado às redes sociais das autarquias alentejanas. Posteriormente é apresentada a Câmara Municipal de Évora e o Gabinete de Comunicação do município, assim como os trabalhos desenvolvidos ao longo dos três meses de estágio.

Por fim, será estudada a comunicação desta autarquia através dos métodos de observação direta e das entrevistas realizadas a alguns membros do Gabinete de Comunicação, de forma a desenvolver as perguntas de partida deste relatório, que são:

- Como é gerida a presença *online* da Câmara Municipal de Évora?
- Há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação?

O presente relatório termina com as conclusões a que chegámos após a revisão de literatura e os conhecimentos adquiridos no decorrer do estágio, bem como os estudos efetuados.

## **CAPÍTULO 1 - A COMUNICAÇÃO MUNICIPAL**

### **1.1. O INÍCIO DA COMUNICAÇÃO DOS MUNICÍPIOS**

Em Portugal os municípios passaram a ter um papel importante com a sua comunicação, a partir do momento em que a Administração Central delega as suas competências à Administração Local, ou seja, aos municípios. Esta situação foi potencializada com a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia em 1986, o que levou ao aparecimento de novas dinâmicas políticas locais (Camilo, 1998: 7). A partir desse momento, a comunicação municipal ganhou importância devido à “maior participação e exigência das populações locais relativamente à actuação dos autarcas e à qualidade da prestação dos serviços prestados pelos aparelhos municipais”. (Camilo, 2010: 14)

A comunicação municipal é então um contributo para que “a acção dos municípios seja mais realista, no sentido de estar adequada às realidades locais e ir ao encontro das necessidades e dos interesses sentidos colectivamente pelas populações”. (Camilo, 1998: 8) Isto é, deve haver a adoção de mecanismos que permitam a participação e colaboração dos cidadãos nos assuntos do município.

A forma como os municípios fazem a sua comunicação, quer seja de forma interna ou externa, é importante. É necessário haver uma boa comunicação interna, entre as várias divisões e departamentos, para que toda a comunicação que é apresentada ao público também seja viável e correta.

A comunicação municipal assume várias vertentes, segundo Camilo, são elas: informação municipal, comunicação política e comunicação simbólica. (1998: 15)

Segundo o mesmo autor, a informação municipal na comunicação municipal deve difundir e publicar as decisões municipais, com o objetivo de dar notoriedade às deliberações políticas e administrativas dos municípios e para isso deve haver um edital ou boletim municipal. Também as ações de divulgação e sensibilização são fatores presentes na informação municipal. (Camilo, 1998: 15)

Quanto à comunicação política, Camilo afirma que tem como objetivo legitimar os “critérios políticos subjacentes às opções administrativas pelos autarcas”. (1998:18) Sendo uma Câmara Municipal um aparelho político sustentado por mandatos políticos de quatro anos, este tipo de comunicação tem sempre um pouco de explicação, justificação ou divulgação do trabalho municipal de uma equipa política. A dimensão política da

comunicação municipal assume-se como um dispositivo de expressão de uma opinião pública municipal e que é difundida pelos órgãos de comunicação social local.

Por fim, a vertente da comunicação simbólica está “relacionada com as diferentes relações que as populações estabelecem com os espaços que as rodeiam”. (1998: 20) É uma ação corporativa do município para as populações do concelho. O autor considera que existem dois tipos de comunicação simbólica: uma que a relaciona diretamente com os órgãos políticos municipais e outra que se articula em torno dos órgãos administrativos. A primeira estrutura-se na forma como as populações agem e se relacionam politicamente com os concelhos. E a segunda, de tipo administrativo, relaciona-se com uma cultura de consumo público local, centrada nas necessidades coletivas que as populações apresentam e na forma como são satisfeitas municipalmente. Esta vertente simbólica da comunicação incide sobretudo num “determinado ambiente sócio-local donde emerge um conjunto de práticas, estilos de vida e relações sociais especificamente locais”. (Camilo, 1998: 24) Estas relações podem ser institucionais, dinamizadas pelo município, ou informais, dinamizadas por sociedades civis municipais. Seguindo esta linha de pensamento, a comunicação simbólica tem a função de desenvolver, interiorizar e ritualizar “uma identidade municipal assente no ideal de comunidade”. (Camilo, 1998: 24)

É possível ver que ao nível da informação, as autarquias têm responsabilidade para com os cidadãos que representam, apesar dos cargos políticos estarem sujeitos a alterações decorrentes dos resultados eleitorais, o que leva muitas vezes a mudanças nos planos a longo prazo. No entanto, havendo estas alterações, o cidadão deve ser informado sobre o que se passa na sua região, qual o plano de ação da Câmara, as verbas que lhes são atribuídas anualmente, onde são feitos os investimentos, quando há reuniões abertas ao público, entre outras atividades. Contudo, é importante informar o cidadão sobre todas as outras atividades que envolvam a cidade e nas quais o poder camarário está presente. É o caso de festas da cidade, de desfiles, de visitas dos órgãos da Câmara que mereçam a devida importância, ou seja, assuntos de interesse para a população. Como aponta Susana Pinto, “a comunicação política prende-se com uma comunicação institucional continuada, baseada em ações de serviço público, e com objetivos relacionais e não eleitorais”. (2013: 12)

A comunicação municipal é, preferencialmente, concretizada por profissionais da área da comunicação que trabalhem no Gabinete de Comunicação, ou semelhante, das Câmaras Municipais. As competências destes gabinetes enquanto difusores da comunicação municipal são as seguintes, seguindo os pontos da Câmara Municipal de Évora e da Câmara Municipal de Santa Comba Dão, escolhidas como exemplo de forma aleatória:

“a) Propor a estratégia de comunicação para o Município;

b) Propor e implementar programas, projetos, iniciativas ou ações, que visem a execução da estratégia de comunicação do Município;

c) Desenvolver formas e meios eficazes de comunicar com os munícipes, com os *media* e com outros interlocutores a considerar pelo Município;

d) Assegurar a articulação com as outras unidades orgânicas, com o objetivo de desenvolver uma comunicação integrada, coerente e mobilizadora;

e) Propor e colaborar no desenvolvimento de programas interinstitucionais de iniciativa municipal para a promoção da marca e da imagem de Évora;

f) Proceder à elaboração da informação para a divulgação pública da atividade municipal;

g) Gerir os suportes públicos de informação municipal”. ([www.cm-evora.pt](http://www.cm-evora.pt))

“As principais funções do Gabinete de Comunicação são:

Promover, junto da população do Concelho e demais instituições, a imagem do Município enquanto instituição ao serviço da comunidade;

Promover a divulgação das actividades do Município face às necessidades do desenvolvimento do Concelho e aos problemas concretos da população;

Promover a comunicação entre o Município e os Munícipes, estimulando o diálogo permanente, a co-responsabilidade colectiva e a melhoria da qualidade dos serviços prestados;

Preparar, elaborar e divulgar publicações e informações municipais, internas ou externas, periódicas ou não, de carácter geral ou específico;

Elaboração do Boletim Municipal;

Relação com os órgãos de Comunicação Social;

Recolher as matérias noticiosas com interesse para a Câmara e promover a sua divulgação;

Promover acções com outros Municípios ou agências de desenvolvimento;

Apoiar a realização de iniciativas promocionais de interesse para o Concelho;

Fazer o acompanhamento e a divulgação de iniciativas/eventos sociais, desportivos e culturais;

Exercer as demais funções que lhe forem atribuídas por despacho do presidente”. ([www.cm-santacombadao.pt](http://www.cm-santacombadao.pt))

Através dos pontos acima referidos, muitos deles iguais em ambas as câmaras utilizadas como exemplo, é possível ver quais as funções principais da comunicação por parte do município. Sendo que, no nosso entendimento, o mais importante em ambos é a comunicação com os munícipes. A forma como se comunica com as pessoas locais e o que se comunica é importante. A população local quer estar informada do que se passa na sua região e com o seu órgão de poder local, pelo que esta comunicação é essencial. Havendo irregularidades na comunicação da autarquia, começa a existir descrença por parte das pessoas e esse é um fator crucial para que acabe por se gerar uma má imagem.

Para Fernandes, “A comunicação municipal, assim, pode ser considerada como um factor promotor da participação cívica e democrática no poder local”. (2011: 17)

Por outras palavras, e segundo o autor Eduardo Camilo, comunicação municipal é assim “(...) um conjunto de actividades, verbais ou extra-verbais, concretizadas pelos municípios ou tendo-os por referência, que visa legitimar os seus valores, actividades e objectivos”. (Camilo, 1999) O autor aponta ainda que este tipo de comunicação apresenta “logo *a priori*, duas características estruturais relevantes: por um lado é uma comunicação corporativa; por outro, é concebida como um recurso técnico”. (1999) Na primeira característica, tal como é indicada, é uma comunicação corporativa, isto é, uma comunicação de tudo o que se passa na Câmara a nível da instituição em si, tal como já referimos, por exemplo as reuniões abertas ao público e até as que são à porta fechada, sendo que depois apresentam ao público as conclusões das mesmas. Já enquanto recurso técnico, é uma comunicação utilizada para resolver alguns problemas municipais específicos e perceber até que ponto esses problemas têm resolução ou não. No entanto, o mesmo autor afirma:

“de uma forma genérica, esta dificuldade prende-se com a falta de capacidade que alguns técnicos municipais têm para identificar e circunscrever os problemas municipais; e com a ausência generalizada de conhecimentos técnicos de comunicação que lhes possibilitariam averiguar

até que ponto esses problemas têm ou não, uma solução comunicacional. É por isso que, numa vertente administrativa, raramente se recorre à comunicação municipal ficando ela apenas remetida para o domínio da difusão pública, da legitimação político-eleitoral ou da assessoria de imprensa”. (1999)

Rosa Sampaio define comunicação municipal como:

“(...) uma dimensão da comunicação política, que alia um conjunto integrado de ações comunicacionais, combina ensinamentos e técnicas de varias ciências, que é cada vez mais requintada e exercida no quadro do município, por técnicos altamente especializados, com fins promocionais e de integração política”. (Sampaio, 2010: 43)

Esta definição vai completar a de Eduardo Camilo, citada anteriormente, e relata um lado mais relacionado com a política nesta área da comunicação. Aponta também para uma questão importante, a da comunicação municipal ser feita por técnicos especializados na área.

Por fim, as autarquias tratam das suas questões municipais tendo em vista uma preocupação com os seus habitantes locais e, por isso, também é importante manter uma linha de contacto constante, cada vez mais difundida nos dias de hoje, como veremos mais à frente. E como afirma Barradas sobre esta questão:

“(...)administração pública e os serviços municipais são, cada vez mais, agentes que se preocupam com o desenvolvimento económico e social das populações e das comunidades locais e, por isso, o objetivo último da comunicação institucional dos municípios será, pelo menos em teoria, o de fazer uma gestão de consensos pois, logicamente, não poderão exercer a sua política sem ter em linha de conta a opinião pública”. (2015:27)

Como visto anteriormente, a comunicação municipal assume-se como “um sistema de difusão pública das deliberações municipais (aliás, previsto por lei) ou de legitimação político-eleitoral das condutas dos representantes municipais (...)” (Camilo, 1998: 7). Contudo, com o passar dos anos, surgiram novas formas de explorar esta comunicação, sobretudo num mundo virtual, no entanto, apresentaremos essas formas mais à frente.

Este tipo de comunicação que parte dos municípios pode ser de várias naturezas, segundo o autor Eduardo Camilo. Pode ser um tipo de comunicação contínua, ou seja, “a comunicação municipal acompanha permanentemente as actividades e o ritmo de funcionamento do município (...) implicando, desta forma, a necessidade de desenvolver e concretizar



quotidianamente acções comunicacionais e proceder sistematicamente a uma análise permanente dos resultados” (1998: 27) que sugerem que o boletim municipal ou edital que as câmaras tenham devem ser complementados com outros meios de comunicação, como é o caso de *outdoors* ou de rúbricas nos órgãos de comunicação social locais.

Este é um tipo de comunicação que tem também uma natureza concreta. Quer isto dizer que a realidade local é a sua referência e, como tal, deve-se ir ao encontro das “solicitações, necessidades, problemas e interrogações dos munícipes, como também contribuir para a institucionalização e perpetuação de uma cultura local que, (...) legitime os órgãos municipais enquanto estruturas político-administrativas.” (Camilo, 1998: 28)

E, por fim, é uma comunicação de natureza interativa. “Esta concepção tem como pressuposto que a comunicação municipal se pode assumir também como um espaço de diálogo entre os cidadãos e os seus representantes políticos, a propósito da relevância público-autárquica das actividades municipais (...)”. (Camilo, 1998: 29) Contudo, o autor afirma ainda que, para que haja uma comunicação municipal interativa, é necessário que se satisfaçam três condições:

- Existência de uma cultura política ativa – “(...) amplo e regular debate sobre as realidades locais, aberto livremente à participação de todos” (Camilo, 1998: 29);

- Meios de comunicação idóneos e independentes – “(...) implica que os meios de comunicação estejam abertos à expressão da opinião dos cidadãos sobre assuntos municipais não só políticos, como também de natureza administrativa” (Camilo, 1998: 30);

- Uma mentalidade político-administrativa diferente por parte dos representantes eleitos pelo município – “(...) implica por parte dos autarcas uma atitude que passe (...) por uma disponibilidade para ouvir, entender e negociar publicamente propostas complementares ou antagónicas às suas”. (Camilo, 1998: 31)

É também definido que a comunicação que parte dos municípios deve seguir três funções ao nível comunicativo, segundo Naval-Piñeiro e Serra,

“Em primeiro lugar, a comunicação corporativa (quem?) concebe uma organização como um todo, incluindo os seus objetivos e a responsabilidade no seu cumprimento. Em segundo lugar, a comunicação política (o quê?) apoia as diversas áreas de atuação, como a educação, a economia, o transporte e o meio ambiente. Finalmente, a comunicação interna (como?) que se

ocupa dos processos inerentes à coordenação do organismo.” (2018a: 15)<sup>1</sup>

É importante perceber que a comunicação municipal é, sobretudo, um tipo de comunicação corporativa. É uma comunicação que se refere à Câmara Municipal em questão e que se desenvolve através das deliberações municipais, das obras e projetos, da promoção de uma imagem positiva e também do envolvimento das populações nos debates políticos. Esta ideia é reforçada por Camilo ao referir que “não podemos ignorar que a comunicação municipal é de tipo corporativo e, por isso, deve acompanhar as funções e os objetivos concretizados pelos órgãos municipais” (Camilo, 1998:101)

Como já visto anteriormente, entre outras questões, também esta da comunicação corporativa pelos municípios é um assunto estudado por Eduardo Camilo, que apresenta as suas áreas de intervenção. Neste artigo é importante referir qual é, para nós, a área mais relevante: a comunicação administrativa. Segundo o autor na comunicação administrativa

“(...) procura-se notabilizar e legitimar uma proposta de consumo municipal. Nesta medida, as estratégias de comunicação visam divulgar uma ‘oferta municipal’, isto é, o ‘cabaz’ de serviços municipais ou municipalizados que as populações têm à disposição para satisfazerem determinadas necessidades colectivas. Complementarmente, tenta-se sensibilizar os utentes para a concretização de um comportamento de consumo público que esteja em conformidade com determinados objetivos municipais. As modalidades de comunicação relativas à actuação da Câmara Municipal apresentam uma natureza estratégica. Visam somente contribuir para a concretização de um conjunto de objetivos municipais, independentemente da relevância ou da irrelevância pública que apresentam.” (Camilo, 2010: 20)

Consideramos ser esta a área de intervenção mais relevante, pois é aquela que refere qual o trabalho da comunicação municipal e também a importância desta para a população. E, sendo este o aspeto mais relevante, refere o porquê da existência da comunicação municipal quer tenha alguma relevância quer não.

A comunicação por parte dos municípios acaba assim, segundo Barradas, por reflectir “as mudanças da sociedade em geral, pois podemos constatar que, não só a componente interativa

---

<sup>1</sup> Tradução livre da autora: *En primer lugar, la comunicación corporativa (¿quién?) concibe la organización como un todo, incluyendo sus objetivos y la responsabilidad en su cumplimiento. En segundo lugar, la comunicación política (¿qué?) respalda las diversas áreas de actuación, como la educación, la economía, el transporte o el medio ambiente. Finalmente, la comunicación interna (¿cómo?) se ocupa de los procesos inherentes a la coordinación del organismo.* (Piñeiro, 2018:15)

permite um *feedback* importante e uma participação e reflexão conjunta, como também possibilita, igualmente, outras modalidades de comunicação que permanecem em aberto” (Barradas, 2015: 29)

A comunicação municipal, inicialmente apenas sendo feita através de boletins municipais ou editais e, mais tarde, com *outdoors* e através da difusão nos meios de comunicação social locais, teve uma grande evolução até aos dias de hoje. Não que estes métodos tenham deixado de ser utilizados, pelo contrário, continuam a ser ainda bastante utilizados, mas houve uma evolução na sociedade e as formas de comunicação com o público alteraram-se. O mundo *online* começou a expandir-se e os municípios começaram a surgir em *sites* institucionais e, mais tarde, nas redes sociais *online*, locais onde hoje estão muito presentes e onde é cada vez mais fácil chegar perto dos munícipes e da população em geral, inclusive os turistas.

## 1.2. COMUNICAÇÃO MUNICIPAL NA ERA DO *ONLINE*

Neste ponto será retratada a comunicação municipal feita em plataformas *online*, sejam elas um *site* ou uma qualquer rede social, cada vez mais utilizadas pelos municípios.

Atualmente vive-se numa era em que a tecnologia e os meios tecnológicos são um elemento principal. É devido a este ambiente atual que todas, ou quase todas, as Câmaras Municipais têm vindo a explorar cada vez mais as potencialidades da *Web 2.0*, aderindo não só a *sites*, mas também a redes sociais. Nestas últimas torna-se mais fácil chegar ao público e notificá-lo para os acontecimentos que sejam do seu interesse.

Naval-Piñeiro e Serra (2018a) apontam como ferramentas da *Web 2.0* as redes sociais, como é o caso do *Facebook*, do *Google+*, do *Twitter*, do *Youtube* e do *Flickr*.

Silva *et al.* procederam, em 2009, a um levantamento das Câmaras Municipais dos 18 distritos do país e ainda de algumas Câmaras Municipais de outros concelhos, como Sintra, Gaia, Loures, Cascais, Amadora, Gondomar e Oeiras, que utilizam a *Web 2.0*. Neste caso iremos focar-nos apenas nas que usavam as redes sociais e quais as alterações que existiram nestes últimos 10 anos.

Tabela 1 – Dados relativos às Câmaras Municipais.

Câmara Municipal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CM Lisboa				*					*	
CM Sintra		*		*		*		*		
CM Gaia		*	*	*				*		
CM Porto		*	*	*					*	
CM Loures				*		*	*			
CM Cascais		*			*	*				
CM Amadora		*				*	*			
CM Braga			*	*			*			
CM Gondomar		*	*	*	*	*				
CM Oeiras		*	*	*	*			*	*	*
CM Viana Castelo		*	*	*	*					*
CM Vila Real			*	*						*
CM Bragança				*				*		
CM Aveiro		*	*	*		*		*		
CM Viseu			*	*			*			
CM Guarda			*	*		*	*			
CM Leiria	*		*	*						
CM Coimbra	*			*		*	*			
CM Santarém	*		*							
CM Setúbal							*			
CM Castelo Branco	*	*		*						
CM Portalegre			*	*			*			
CM Évora	*									
CM Beja				*			*			
CM Faro		*	*	*						

1- Acesso Restrito	4- Balcão Online	7- Mapa Interactivo	10- Blogging
2- Newsletter	5- Contratação Pública	8- Vídeos/áudio	A verde estão realçadas as tecnologias mais importantes
3- Serviços Online	6- Sugestões	9- Redes Sociais	

Imagem 1: Tabela de dados relativos às Câmaras Municipais. Fonte: *A Web 2.0* (2009)

Na tabela, é possível ver, grosso modo, que no que diz respeito à utilização de redes sociais, apenas três Câmaras Municipais possuíam presença nestas. São elas a Câmara Municipal de Lisboa, a Câmara Municipal do Porto e a Câmara Municipal de Oeiras. Atualmente, este paradigma é bastante diferente, uma vez que a grande maioria das Câmaras Municipais já apresenta conta em redes sociais, muitas das vezes em mais do que uma.

Como referido em 1.1. a comunicação municipal, mesmo antes do uso da *Internet*, tinha diversas formas de ser trabalhada. Atualmente, esses meios mais utilizados antes de a *Internet* surgir, continuam a ser trabalhados para uma maior divulgação do município.

Contudo, com o crescente uso das tecnologias, a população acaba por preferir a comunicação de uma forma mais rápida e instantânea com os órgãos camarários. Isto é, os comentários no *site*, os *e-mails*, as redes sociais e até as aplicações são diferentes formas de o cidadão comunicar com as Câmaras Municipais, sobretudo com a da sua região. Muitas das

vezes nem é necessário sair de casa para tratar de qualquer assunto, basta aceder a um destes meios e falar com o serviço responsável e o problema estará resolvido.

Com a comunicação municipal acontece o mesmo. Para uma pessoa saber o que a Câmara Municipal da sua região faz, o que os eleitos fazem, entre muitos outros pontos, basta aceder ao *site* ou redes sociais e, possivelmente, encontrará o que procura. Poderá encontrar eventos que vão acontecer ou a reportagem de eventos que já aconteceram, notícias e fotografias, todas as notificações de reuniões da Assembleia Municipal e do Executivo camarário, entre muitos outros assuntos relevantes para a comunidade.

Contudo, as Câmaras Municipais não se focam apenas numa única rede social. Na sua maioria, as Câmaras possuem presença em, pelo menos, duas redes sociais, conforme os objetivos que pretendem obter com o uso das mesmas.

Para que esta proximidade instantânea entre as autarquias e os seus cidadãos fosse tornada possível, foi necessário percorrer um longo caminho desde o aparecimento da *Internet*. Foi através desta que toda a comunicação *online* feita nos dias de hoje é possível.

### **1.2.1. A *Internet* na sociedade atual**

A *Internet* surgiu durante o período da Guerra Fria. Desde o seu início que é um elemento importante para a comunicação entre as pessoas.

Como afirma Carina Rufino, a partilha e a interatividade entre as pessoas em todos os lugares do mundo é a principal característica desta forma de comunicação. (2009: 2) A autora aponta ainda que “pela primeira vez na história, as tecnologias de comunicação passaram a permitir a interação, a colaboração e intercâmbio de informações em tempo real, sem as barreiras da distância física ou de processos lineares (...)” (Rufino, 2009: 2), ou seja, desde sempre as tecnologias de informação criaram uma alteração nos comportamentos e na forma como as pessoas vivem e experienciam a vida ao seu redor. À medida que a tecnologia avança, é expectável que cada vez mais influam e alterem o modo de vida de todas as pessoas.

Para Manuel Castells “a cultura da *Internet* caracteriza-se por uma estrutura em quatro camadas: a cultura tecno meritocrática, a cultura *hacker*, a cultura comunitária virtual e a cultura empresarial. Juntas, elas contribuem para uma ideologia da liberdade que é amplamente disseminada no mundo da *Internet*.” (2003: 34)

Com o passar dos anos a *Internet* evoluiu e trouxe consigo a *Web* 1.0 e, mais tarde, a *Web* 2.0, que permite uma troca de informações, contrariamente à *Web* 1.0.

Em 2004 a empresa *O’Rilley Media* criou o termo *Web 2.0* como sendo uma segunda geração da *World Wide Web*, sendo que esta segunda geração estava mais relacionada com a colaboração e partilha de informação. (Silva *et al.*, 2009: 3)

Comparando com a sua precursora *Web 1.0*, na *Web 2.0* o utilizador é consumidor e produtor de informação, há facilidade de criação e edição de páginas *online*, o utilizador tem vários servidores para disponibilizar as suas páginas de forma gratuita e há um número ilimitado de ferramentas e possibilidades. (Silva *et al.*, 2009: 3) Todos estes fatores na *Web 1.0* eram limitados, sendo que o utilizador era apenas consumidor de informação sem haver partilhas. Inês Amaral reforça esta ideia ao dizer que “o receptor foi agora convertido em utilizador, com possibilidade de personalizar e mediar a comunicação num contexto colectivo que se assume como um novo universo de interacção e sociabilização: o ciberespaço.” (2016: 37) Neste ciberespaço e sendo a *Web 2.0* um espaço de partilha mútua, “o recetor passa a ser utilizador.” (Amaral, 2016:38)

Esta evolução teve um grande impacto na sociedade. Desde 2004 e até aos dias de hoje, cada vez mais as características da *Web 2.0* são exploradas por todos os utilizadores do mundo virtual em todo o mundo.

A *Web 2.0* pode ser caracterizada por “um conjunto de tecnologias inovadoras que fazem com que a informação deixe de ser dependente de quem a criou e do *site* originário desta, sendo uma nova forma de a informação ser divulgada ao mundo.” (Amaral, 2016: 4)

Com esta evolução da *Internet*, cada vez mais particulares e empresas veem a necessidade de estar presentes não só num *site* na *Internet* como nas redes sociais. Desta forma conseguem consumir as informações que os outros partilham e partilhar as suas próprias informações para que outros as consumam. O reconhecimento por parte do público é importante, principalmente no caso estudado, as autarquias. Cada vez mais é necessário ter o seu sítio na *Internet* para chegar mais próximo do seu público local e também de outras localidades.

## CAPÍTULO 2 – AS AUTARQUIAS NAS REDES SOCIAIS

### 2.1. AS REDES SOCIAIS *ONLINE*

“O ciberespaço, enquanto sistema social, é composto por redes de redes que resultam em espaços de diferentes fluxos” (Castells, 2003)

As redes sociais *online* vieram alterar a forma de viver das pessoas e a forma como estas viam o mundo. Inês Amaral aponta que

“as redes sociais na *Web* nascem da interacção mediada por computador e a nova sociabilidade compreende-se na medida em que através de ambientes espaço-temporais distintos, é possível gerar laços sociais. No entanto, as relações que se geram entre os actores sociais são claramente diferenciadas, na medida em que o espaço da nova sociabilidade, das interacções mediadas por computador, é o território virtual” (2016:102)

Desde que surgiram, as redes sociais tornaram-se um fator de ligação entre pessoas de todas as partes do mundo. Tornaram-se numa forma de ajuda na diminuição da distância física e levaram também a que muitas pessoas vivessem em prol do que se diz e se publica nestas.

Gonçalo Costa Ferreira afirma que a

“rede social é uma estrutura social composta por indivíduos, organizações, associações, empresas ou outras entidades sociais, designadas por actores, que estão conectadas por um ou vários tipos de relações que podem ser de amizade, familiares, comerciais, sexuais etc. Nessas relações, os actores sociais desencadeiam os movimentos e fluxos sociais, através dos quais partilham crenças, informação, poder, conhecimento, prestígio etc.” (2011: 213)

Como já referido, as redes sociais são uma forma das pessoas estarem em contacto permanente, quer estejam perto umas das outras, quer estejam a uma longa distância. É uma forma de comunicação instantânea e na qual a grande maioria da população a nível mundial está conectada.

Tomaél, Alcará e Di Chiara veem as redes sociais como “espaços para o compartilhamento de informação e do conhecimento. Espaços que podem ser tanto presenciais quanto virtuais, em que pessoas com os mesmos objetivos trocam experiências, criando bases e gerando informações relevantes para o setor em que atuam.” (2005: 94). São,

desta forma, espaços de contacto instantâneo onde os utilizadores criam conteúdos e consomem conteúdos, estando conectados entre si de forma rápida.

Recuero aponta sobre as redes sociais que são “constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. Essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas.” (2009: 2) Assim, as redes sociais são vistas através da forma como os utilizadores as usam, através dos seus perfis pessoais, e com quem se conectam nelas. Pode ser através de comentários, de partilhas, de mensagens privadas, entre muitas outras formas. E através das suas conexões e partilha de informações os utilizadores geram capital social para as redes e também para todas as empresas, instituições e particulares envolvidos, como afirma Recuero “as redes sociais podem também conceder valor para as informações (...) criando capital social não apenas para a própria rede, mas igualmente para os atores e instituições envolvidos”. (2009: 13)

Anteriormente, já Manuel Castells afirmava que “rede é a mensagem”, que “a *Internet* é o tecido das nossas vidas” e que “passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da informação: a rede”. (2003: 7) Mais uma vez Tomaél, Alcará e Di Chiara afirmam, sobre as redes sociais, que “a partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente depois da *Internet*, as relações sociais prescindem do espaço físico e do geográfico, elas ocorrem independentes do tempo e/ou do espaço”. (2005: 95)

Segundo Marques, citado por Lopes, “Existe atualmente uma grande variedade de redes sociais, mas há sempre características que as torna diferentes umas das outras. Uma empresa pode estar presente em várias redes sociais diferentes, mas deve adaptar a sua comunicação à rede em questão, e não fazer um mero *copy-paste*, uma vez que cada rede social tem o seu público”. (Marques *apud* Lopes, 2018: 37) Quer isto dizer que para todas as redes sociais em que uma entidade se encontre presente deve produzir conteúdos de formas diferentes. Em cada rede social altera-se o público e o que estes querem em cada uma delas. A comunicação deve ser adaptada a cada uma de modo a que o público não sinta que está sempre a ver o mesmo e também para que se sinta atraído pelo conteúdo de cada publicação. A informação pode até ser a mesma, mas o simples facto de ser disseminada de forma diferente é uma mais valia para a empresa ou entidade e para o público-alvo.

Tudo isto faz parte de estratégias de marketing que tiveram de ser alteradas com o aparecimento das redes sociais e a sua massificação. Quando estas surgiram, também inúmeras estratégias digitais foram criadas. Tiveram de se abrir novas vias de comunicação que permitiam que se chegasse onde anteriormente não era possível. As empresas passaram a ter ao seu dispor ferramentas poderosas e fáceis de trabalhar de forma a aproximarem-se do



público e fazer-lhe chegar a informação instantaneamente, em qualquer parte do mundo. (Souza, Júnior & Bruno, 2018: 14,15)

Atualmente, o tema das redes sociais é cada vez mais debatido pois tudo o que acontece no mundo é partilhado nestas plataformas e pode ter uma grande influência na forma de pensar e de agir das pessoas. Com um número cada vez maior de utilizadores, é possível apontar que as redes sociais são, cada vez mais, um fator imprescindível na vida das pessoas.

## 2.2. AS AUTARQUIAS NA *INTERNET*

A presença na *Internet* é um fator de proximidade importante para qualquer cidadão. No entanto, é sobretudo para empresas e, neste caso, Câmaras Municipais, que as redes sociais se tornaram um fator crucial para a proximidade ao seu público/população alvo.

Ao longo dos anos, as Câmaras Municipais acentuaram a presença na *Internet*, tendo vindo a crescer e a utilizar cada vez mais este meio. Como explica Nicolau Ribeiro, citando Santos e Amaral:

“Em 2001, 85 das 308 Câmaras estava ausente da Net (28%). Das 223 presentes, apenas 24% actualizava as suas páginas uma vez por semana. Para a classificação dos sítios municipais foi usado o conceito de maturidade. No 1º nível de maturidade – aquele que disponibiliza digitalização dos serviços, incluindo pagamentos on-line – não foi colocado nenhum site. No 2º nível (preenchimento de formulários on-line ou serviços on-line) estavam 2,3% das autarquias – 7. No 3º nível (formulários para download) estavam 11% dos municípios – 34. No 4º nível de maturidade (serviço meramente informativo) 59% dos *sites* – 182 Câmaras. 5º nível (Câmaras sem *website*) – 28% - 85. Correio electrónico: apenas 3 Câmaras não possuíam; só 37% responderam a uma mensagem enviada e 18% das mensagens foram devolvidas.” (Ribeiro *apud* Santos e Amaral, 2003: 6)

É então possível ver que numa fase inicial as Câmaras não aderiam muito às potencialidades que o mundo *online* lhes oferecia. Ainda sobre esta primeira fase, o mesmo autor refere que houve uma

“(…) exportação para a rede de edições do universo analógico (...). Repositório de conteúdos de materiais em suporte papel, sem qualquer alteração da linguagem (escrita linear vs escrita hipertextual). Sítios estáticos, contendo apenas informação monográfica e não dinâmica. Ausência

de interações com munícipes ou outros visitantes.” (Ribeiro, 2003:7)

Isto demonstra, mais uma vez, que as potencialidades da *Internet* não eram exploradas pelos municípios. Ribeiro refere ainda que “o carácter universal e as suas características intrínsecas, com destaque para a interactividade e a comunicação bi-direcional, fazem da *Internet* um canal por excelência para a utilização municipal.” (Ribeiro, 2003: 7)

Também para o turismo local a presença no mundo *online* é importante para qualquer município, pois

“levar a cabo uma estratégia eficiente de difusão dos ativos lúdicos ao nível local passa por ter, como um dos dispositivos fundamentais, um *website* que forneça informação relevante ao utilizador para que este possa, eventualmente, sentir o impulso ou a necessidade de visitar o lugar físico que está a inspecionar virtualmente.” (Naval-Piñeiro & Serra, 2018b: 171)

As Câmaras Municipais utilizam os seus *sites* para partilhar tudo o que seja de interesse da população. São partilhados os contactos, editais, concursos, avisos, eventos, notícias, entre muitos conteúdos. Nos *sites* normalmente é também feita uma apresentação da cidade e da Câmara Municipal, bem como das pessoas que representam o poder autárquico. O *site* é um local onde tudo é apresentado para o cidadão que queira saber algo sobre aquela localidade ou alguma informação relacionada com a Câmara Municipal.

Nos *sites*, como já referimos, são apresentadas muitas notícias ou notas de imprensa, sendo que muitos *sites* têm locais específicos para o efeito, designados de salas de imprensa. As salas de imprensa são

“(...) espaços exclusivos de interação com a mídia, explicitamente identificados no *site* da organização, e que têm como principais objetivos:

a) agilizar o relacionamento com os profissionais de imprensa pela utilização da comunicação on-line, favorecendo, sobretudo, os veículos e jornalistas que se localizam distantes da sede da organização;

b) ampliar a oferta de dados e informações sobre as organizações (material institucional, releases, fotos, áudios e vídeos, press kits etc).” (Bueno & Pimenta, 2006: 4)

É através destas salas que os órgãos de comunicação social têm o seu contacto com as empresas, neste caso as Câmaras Municipais. No entanto, ao contrário do que referem os

autores, nem todas as salas de imprensa são apenas exclusivas para os *media*. Há muitas autarquias que as têm em aberto, podendo ser consultadas por qualquer pessoa.

As salas de imprensa são uma ferramenta importante para divulgação e devem “(...) disponibilizar muitas informações sobre a organização. Por meio das salas de imprensa, a organização pode transmitir tanto para seus funcionários e clientes, como para a imprensa uma imagem positiva e informações (...)”. (Bueno & Pimenta, 2006: 1)

Quanto às autarquias alentejanas, o nosso objeto de estudo, todas elas possuem presença em *sites*. Das 47 autarquias apenas a autarquia de Odemira possui uma Sala de Imprensa, com esta exata denominação, todos os outros municípios lhe dão o nome de “Notícias” ou “Acontece”. Relativamente ao que apresentam nos seus *sites*, não difere muito do que foi descrito anteriormente.

Deste modo é possível entender que a presença num mundo virtual *online* é uma mais valia para os municípios. Estar na rede é uma forma de proximidade, que é cada vez mais essencial nos dias de hoje.

### 2.3. AS AUTARQUIAS ALENTEJANAS NAS REDES SOCIAIS

Após a presença nos *sites* surgiram outras formas das autarquias estarem mais próximas da população: as redes sociais.

No ponto 1.2 foi referido o levantamento que Silva *et al.* fizeram em 2009 sobre a presença das autarquias em redes sociais. Atualmente é possível ver que o paradigma é bastante diferente. Foi feita uma análise à presença dos 47 municípios alentejanos pertencentes aos distritos de Beja, Évora, Portalegre e os quatro municípios de Setúbal pertencentes à região Alentejo: Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém e Sines.

Foi feito um levantamento da presença destes municípios nas diferentes plataformas e redes sociais nos dias 23 de fevereiro de 2018, 30 de maio de 2018, 27 de novembro de 2018 e 23 de abril de 2019 de forma a tentar perceber quais as que usam e com que frequência as usam. Para esta análise, foram criados gráficos<sup>2</sup> onde os distritos foram agrupados em NUTS, Nomenclaturas das Unidades Territoriais, neste caso em NUTS III: Baixo Alentejo, Alentejo Central, Alto Alentejo e Alentejo Litoral.

Foi também criada uma escala de utilização para avaliar a frequência com que os municípios usam as suas redes sociais e plataformas *online*:

---

<sup>2</sup> Nos anexos, em ANEXO 1 – GRÁFICOS DE FREQUÊNCIA, são apresentados todos os gráficos que resultaram desta análise. Os gráficos são relativos à última análise realizada no dia 23 de abril de 2019.

- 1 – Tem
- 2 – Não tem
- 3 – Muita utilização (várias vezes por dia);
- 4 – Utilização regular (algumas vezes por semana);
- 5 – Pouca utilização (momentos ocasionais);
- 6 – Muito pouca utilização (diferença de alguns meses);
- 7 – Rara utilização (1 vez por ano ou não utilizado há vários anos).

Com esta análise foi então possível verificar que todas as Câmaras dos distritos retratados já têm conta na rede social *Facebook*. As Câmaras Municipais de Aljustrel, Almodôvar, Alvito, Barrancos, Beja, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Serpa, Vidigueira, Alandroal, Arraiolos, Borba, Estremoz, Évora, Montemor-o-Novo, Mora, Mourão, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas, Viana do Alentejo, Vila Viçosa, Alter do Chão, Arronches, Avis, Campo Maior, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Fronteira, Gavião, Marvão, Monforte, Nisa, Ponte de Sor, Portalegre, Sousel, Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém e Sines têm conta nesta rede. Foi possível verificar que dos 47 municípios existentes no Alentejo, todos eles têm conta na rede social *Facebook*, mas apenas 37 lhe dão um uso muito frequente, isto é, todos os dias, mais que uma vez por dia, publicam algo nesta rede social. Os restantes dez municípios, Barrancos, Ourique, Portel, Redondo, Vila Viçosa, Campo Maior, Fronteira, Gavião, Monforte e Sousel, dão-lhe uma utilização regular, isto é, apenas algumas vezes por semana. Há ainda alguns municípios que apresentam mais do que uma página nesta rede social, como por exemplo, o município de Portel, no Alentejo Central, que tem duas páginas de *Facebook*: uma do município e outra do auditório municipal. No entanto, nesses casos, a análise foi feita apenas às páginas principais diretamente relacionadas com a autarquia.

Mas não é apenas esta a rede social utilizada por estas Câmaras Municipais. Também o *Twitter*, o *Instagram*, o *Linkedin*, a plataforma *Issuu*, a plataforma *Flickr* e a plataforma *Youtube*, são utilizados pelos diversos municípios. À data das três primeiras análises, quatro municípios utilizavam também a rede social *Google+*, que foi descontinuada no início do mês de abril do ano corrente, pois a *Google* decidiu encerrar todas as contas e acabar com a rede.

O *Twitter* é uma rede social utilizada por 14 municípios: Aljustrel, Beja, Ferreira do Alentejo, Mértola, Odemira, Estremoz, Reguengos de Monsaraz, Castelo de Vide, Elvas, Gavião, Marvão, Monforte, Santiago do Cacém e Sines. Quatro destes municípios fazem uma “Utilização regular” desta rede, existindo três municípios que fazem “Pouca utilização” e

outros três que fazem “Muito pouca utilização” da rede social *Twitter*. Por fim, existem dois municípios que lhe dão “Muita utilização” e outros dois com uma “Rara utilização”.

Uma das redes sociais com um grande número de utilizadores atualmente é o *Instagram*. Desta rede social fazem parte apenas seis municípios: Ferreira do Alentejo, Moura, Évora, Reguengos de Monsaraz, Elvas e Portalegre. Aqui é possível verificar que apenas dois municípios lhe dão “Muita utilização”: Moura e Portalegre.

Há também uma rede social profissional, o *Linkedin*, da qual a Câmara Municipal da Vidigueira faz parte. Nesta rede, faz uma apresentação da cidade, da Câmara Municipal e remete para os perfis dos funcionários da Câmara.

A plataforma *Issuu*, local de partilha de documentos e imagens, é utilizada por seis municípios: Beja, Odemira, Évora, Redondo, Reguengos de Monsaraz e Sines. Contudo, a maioria de utilização que lhe é dada é “Muito pouca utilização”, ou seja, há diferenças de alguns meses entre cada utilização pelos municípios de Odemira, Redondo e Sines.

A plataforma *Flickr* é utilizada por dois municípios: Beja e Vidigueira, sendo que Beja dá uma “Rara utilização” e Vidigueira “Pouca utilização”.

Por fim, o *Youtube* é uma plataforma utilizada por 36 municípios: Aljustrel, Almodôvar, Alvito, Beja, Castro Verde, Cuba, Ferreira do Alentejo, Mértola, Moura, Odemira, Ourique, Vidigueira, Alandroal, Borba, Estremoz, Évora, Montemor-o-Novo, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Vendas Novas, Viana do Alentejo, Alter do Chão, Arronches, Campo Maior, Crato, Elvas, Gavião, Monforte, Ponte de Sor, Portalegre, Sousel, Alcácer do Sal, Grândola, Santiago do Cacém e Sines. De notar que apesar de serem muitos os municípios presentes nesta plataforma, na sua grande maioria a utilização que lhe dão é “Muito pouca utilização”, sendo 22 os municípios que a usam desta forma. É importante denotar que os restantes 11 municípios alentejanos ainda não têm presença nesta plataforma *online*.

Desta forma, é possível ver que ao longo dos anos as Câmaras Municipais têm apostado muito num grande uso de redes sociais e outras plataformas, de forma a haver uma maior divulgação e proximidade aos cidadãos.

Todas estas ferramentas desde o *site* às mais diversas redes sociais são cada vez mais importantes nos dias de hoje. Como afirma Susana Anastácio:

“Em todo o caso, para que as potencialidades ao nível da comunicação entre os elementos políticos e os cidadãos se efetivem, é necessário que as ferramentas disponíveis na atualidade sejam postas em prática. Para isso é necessário empenho não apenas da parte dos políticos, e das instituições

políticas, que “jogam” num espaço onde os conteúdos são tantos que é difícil captar a atenção dos cidadãos, mas também da parte do público, que tem de estar disposto a ler e consultar informação, a fazer comentários, e a entrar em debate.” (2017:25)

Ou seja, não só a autarquia tem que estar disposta a ter sítios na *Internet*, mas também o cidadão tem que estar disposto a aceitá-los e dar-lhes uso de forma a sentir que é parte integrante do que se passa na sua região.

É possível ver que houve uma grande alteração ao longo dos anos. O que começou por ser apenas um edital camarário que só era procurado por quem tinha interesse, passou a ser uma rede social que entra em contacto direto com o cidadão. É através de eventos, de partilhas de informações, de fotografias, de vídeos, de áudios, entre outros, que nos dias de hoje as pessoas ficam a saber o que se passa à sua volta, quer na sua cidade, quer noutra cidade do país ou do mundo.

De forma a estarem cada vez mais próximos dos cidadãos e com a grande utilização de *smartphones*, *tablets*, entre outros, alguns dos municípios alentejanos também já criaram as suas aplicações, como é o caso de Odemira, Vidigueira, Borba, Évora, Viana do Alentejo, Crato e Fronteira.

É visível que há um investimento por parte das autarquias na sua comunicação e na sua aproximação ao público. A presença em redes sociais e, mais recentemente, em aplicações demonstram o interesse por parte das autarquias para com a sua população. E também a continuação de utilização de meios tradicionais como os editais físicos e os jornais municipais, por exemplo, refletem o interesse que há em chegar a todas as faixas da população, desde os mais idosos aos mais jovens.

Sendo a comunicação um fator crucial para qualquer entidade, é importante dar ênfase a esta evolução e considerá-la notória nos órgãos aqui estudados. Sendo que destes 47 municípios muitos deles são localidades bastante pequenas, poderia o poder autárquico não achar essencial estar presente numa rede virtual, porém o que se sucede é exatamente o oposto.

Como já referido, as redes sociais são importantes e não apenas para a população local, mas para todas as pessoas que tenham interesse e queiram procurar algo sobre certa localidade.

## CAPÍTULO 3 – CÂMARA MUNICIPAL DE ÉVORA

### 3.1. A CIDADE DE ÉVORA

As primeiras referências escritas sobre a cidade alentejana de Évora

“provêm de Plínio, que lhe chama EBORA CEREALIS, título proveniente da fertilidade do seu termo e que já era, anteriormente à penetração romana, ponto fortificado de relativa importância, porque integrada na nação lusitana fora capital do reino céltico de Astoplas, sogro do grande Viriato.” (Espanca, 1980: 11)

“Para os celtas, foi *Ebora*; para os romanos, *Liberalitas Julia*” (Filma e Vê & RTP2, 2009) e agora Évora. Esta cidade é capital de distrito e, desde 1986, é Património Mundial da Unesco. Intra muralhas são vários os monumentos que contam a sua história:

Do período da romanização conserva o Templo Romano, comumente conhecido como Templo de Diana;

O atual Fórum Eugénio de Almeida, resultado da requalificação patrimonial da Fundação Eugénio de Almeida, foi onde em 1536 se iniciou a inquisição em Portugal, designado na altura por Palácio da Inquisição;

A Sé Catedral, construção da época medieval, foi iniciada no século XIII e terminada no século XIV. Composta pela torre, claustros e basílica, apresenta várias imagens de santos e da Nossa Senhora do Anjo; (Filma e Vê & RTP2, 2009)

A Praça do Giraldo tem este nome em homenagem a Geraldo Geraldês, o Sem Pavor, que em 1167 conquistou a cidade aos mouros e ofereceu-a ao rei D. Afonso Henriques; (Filma e Vê & RTP2, 2009)

A Capela dos Ossos, na Igreja de São Francisco, foi construída com o objetivo de transmitir a mensagem da fragilidade da vida humana. As paredes encontram-se revestidas de ossos e crânios humanos e à entrada pode ler-se a seguinte frase: “Nós ossos que aqui estamos pelos vossos esperamos”;

O Colégio do Espírito Santo é o edifício mais importante da Universidade de Évora. Foi fundada em 1559 e foi a segunda universidade em Portugal.

Estes são apenas alguns dos edifícios e monumentos que contam a história da cidade e que fizeram com que esta merecesse o seu reconhecimento pela UNESCO.

### 3.2. CÂMARA MUNICIPAL DE ÉVORA – BREVE INTRODUÇÃO

A Câmara Municipal de Évora situa-se no edifício dos Paços do Concelho, na Praça do Sertório. Dentro do edifício é possível visitar vestígios arqueológicos de termas romanas, descobertas em 1987.

O Executivo Municipal da Câmara de Évora é composto por “um Presidente e por Vereadores, um dos quais designado Vice-Presidente e é o órgão executivo colegial do município, eleito pelos cidadãos eleitores recenseados na sua área.” (Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, retificada lei n.º 9/2002, de 05 de Março)

O Presidente da Câmara Municipal de Évora é Carlos Pinto de Sá. Este detém os pelouros de Coordenação; Apoio à Presidência e Vereação; Relações Institucionais externas e com a Assembleia Municipal, Administração Geral, Financeira e Pessoal; Desenvolvimento Económico; Área Jurídica e Auditoria; Segurança Pública e Comunicação e Relações Públicas.

O Vice-Presidente é João Rodrigues<sup>3</sup> e detém os pelouros de Relações com as Freguesias; Serviços Operacionais; Obras Municipais e Fiscalização de obras; Abastecimento de Água e Saneamento; Higiene Pública; Mobilidade; Veterinário Municipal e Proteção Civil.

A Câmara Municipal tem ainda cinco vereadores, para além do Vice-Presidente, dois com pelouros e três sem pelouros. Com pelouro tem a Vereadora Sara Dimas Fernandes<sup>4</sup>, com os pelouros de Educação e Intervenção social; Évora Cidade Educadora; Juventude e Desporto; Saúde; Ambiente e Modernização Organizacional. E o Vereador Eduardo Luciano tem os pelouros de Ordenamento do Território e Reabilitação Urbana; Gestão Urbanística e Obras Particulares; Cultura, Património, Centro Histórico e Promoção Turística e Fiscalização Municipal. Sem pelouro tem a Vereadora Elsa Teigão, o Vereador António Costa da Silva e o Vereador João Ricardo.

A Câmara Municipal conta com uma Assembleia Municipal. Esta é

“o órgão deliberativo do município. É constituída por membros eleitos directamente em número superior ao dos presidentes de junta de freguesia, que a integram. O número de membros eleitos directamente não pode ser inferior ao triplo do número de membros da respectiva câmara municipal. Nas sessões da assembleia municipal participam os cidadãos que encabeçaram as listas

---

<sup>3</sup> Na altura de realização do estágio o Vice-Presidente era João Rodrigues que faleceu em julho de 2019, sendo eleito para Vereador Alexandre Varela, que ficou com os seus pelouros.

<sup>4</sup> Após o falecimento do Vice-Presidente João Rodrigues, passou a Vereadora Sara Dimas Fernandes a ocupar o cargo de Vice-Presidente



mais votadas na eleição para as assembleias de freguesia da área do município, enquanto estas não forem instaladas.” (Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, Rect. n.º 9/2002, de 05 de Março)

A Assembleia Municipal de Évora tem como Presidente Carlos Reforço, como 1ª Secretária Ana Boto e como 2º Secretário Bruno Martins.

### **3.2.1. O Gabinete de Comunicação<sup>5</sup> da Câmara Municipal de Évora**

Conforme referido anteriormente, o pelouro da Comunicação e Relações Públicas pertence ao Presidente da Câmara Municipal de Évora, Carlos Pinto de Sá. Desta forma, é a ele que se reporta tudo o que acontece e o que é feito neste gabinete.

O Gabinete de Comunicação da Câmara de Évora é coordenado pela Doutora Paula Santos. O gabinete é composto por 14 pessoas.

A este Gabinete, como visto anteriormente no ponto 1.1., compete:

- “a) Propor a estratégia de comunicação para o Município;
- b) Propor e implementar programas, projetos, iniciativas ou ações, que visem a execução da estratégia de comunicação do Município;
- c) Desenvolver formas e meios eficazes de comunicar com os munícipes, com os media e com outros interlocutores a considerar pelo Município;
- d) Assegurar a articulação com as outras unidades orgânicas, com o objetivo de desenvolver uma comunicação integrada, coerente e mobilizadora;
- e) Propor e colaborar no desenvolvimento de programas interinstitucionais de iniciativa municipal para a promoção da marca e da imagem de Évora;
- f) Proceder à elaboração da informação para a divulgação pública da atividade municipal;
- g) Gerir os suportes públicos de informação municipal.” ([www.cm-evora.pt](http://www.cm-evora.pt))

---

<sup>5</sup> Atualmente, o Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora designa-se de Divisão de Comunicação.

Resumindo, toda a informação emitida pela Câmara Municipal de Évora, quer sejam eventos ou reuniões, é elaborada e difundida pelo Gabinete de Comunicação, salvo raras exceções.

### 3.3. O ESTÁGIO NO GABINETE DE COMUNICAÇÃO

Terminado o primeiro ano do mestrado em Média e Sociedade, os alunos têm três opções para o segundo ano: realizar uma dissertação, um projeto ou um estágio. Como na licenciatura segui pela vertente de jornalismo, no mestrado optei por seguir a vertente da comunicação. Estas são duas áreas que se complementam e desta forma era-me possível ter conhecimentos das duas áreas em contexto profissional.

Iniciei o estágio no Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora a 10 de setembro de 2018 e terminei a 21 de dezembro de 2018, num total de 511 horas.

Fui para estágio com o objetivo de desenvolver competências na área da comunicação, trabalhando nas diferentes áreas que ali se praticam no Gabinete de Comunicação, como a fotografia, o vídeo, a atualização de redes sociais e do *site*, escrever notas de imprensa, entre outras. Fiquei também a conhecer o ambiente e as diferentes formas de trabalho do Gabinete de Comunicação.

No decorrer do estágio fui orientada pela coordenadora do Gabinete de Comunicação, a Doutora Paula Santos.

#### 3.3.1. Atividades desenvolvidas

Este estágio teve como objetivos adquirir especialização profissional no perfil comunicacional e aprofundar os conhecimentos do perfil jornalístico. Foi também objetivo compreender como funciona o Gabinete de Comunicação de uma Câmara Municipal e auxiliar nas suas atividades, bem como entender como é feito o trabalho com as redes sociais.

Inicialmente, foram-me apresentadas as instalações e indicado qual seria o meu local de trabalho, assim como todos os profissionais que ali exercem e qual a função de cada um. Após as apresentações iniciais, foram-me destinadas algumas tarefas que se mantiveram até ao final do estágio e outras que foram surgindo ao longo destes quatro meses.

De seguida descrevo todas as tarefas que realizei.

### 3.3.1.1. *Clipping*

Quando cheguei ao Gabinete de Comunicação foi-me destinado fazer o *clipping* da 2ª edição do Festival Artes à Rua, que decorreu entre 12 de julho e 6 de setembro de 2018. Para isso criei uma tabela onde apontava o nome do órgão de comunicação social ou *blog* que noticiava algo sobre o evento, colocava também o título, o *site* e o dia e mês em que tinha saído a notícia. Após ter os dados colocados na tabela, copiava a notícia para um documento *word*, para que, caso fosse apagada do *site* ficar guardada nos documentos da Câmara Municipal. Fiz o *clipping* dos três meses de festival.

Foi-me também incumbida a tarefa de fazer um *clipping* diário de todas as notícias que saíssem relacionadas com a Câmara Municipal de Évora ou com alguns dos eleitos. Também aqui colocava as informações numa tabela igual à anterior e copiava a notícia para um documento para ficar guardada. Este era um trabalho diário que semanalmente e uma vez por semana, às sextas-feiras, era enviada a tabela apenas com as notícias da semana para o Presidente da Câmara Municipal.

Alguns exemplos:

Jornal/Revista	Título	Site	Dia/Mês
Portal Alentejano	Há "ARTES À RUA" em Évora	<a href="https://www.portalalentejano.com/ha-artes-a-rua-em-evora/">https://www.portalalentejano.com/ha-artes-a-rua-em-evora/</a>	10 de julho
MetroNews	Há "ARTES À RUA" em Évora de 12 de julho a 06 de setembro	<a href="https://www.metronews.com.pt/2018/07/10/ha-artes-a-rua-em-evora-de-12-de-julho-a-06-de-setembro/">https://www.metronews.com.pt/2018/07/10/ha-artes-a-rua-em-evora-de-12-de-julho-a-06-de-setembro/</a>	10 de julho
TV Guadiana	Évora: "artes à rua" de 12 de julho a 06 de setembro	<a href="https://tvguadiana.pt/2018/07/10/evora-artes-a-rua-de-12-de-julho-a-06-de-setembro/">https://tvguadiana.pt/2018/07/10/evora-artes-a-rua-de-12-de-julho-a-06-de-setembro/</a>	10 de julho
PressTur	Verão traz as "artes à rua" em Évora	<a href="http://www.presstur.com/promocoes/actividades/verao-traz-as-artes-a-rua-em-evora/">http://www.presstur.com/promocoes/actividades/verao-traz-as-artes-a-rua-em-evora/</a>	11 de julho
TSF	Festival leva "Artes à Rua" em Évora durante o verão	<a href="https://www.tsf.pt/lusa/interior/festival-leva-artes-a-rua-em-evora-durante-o-verao-9578337.html">https://www.tsf.pt/lusa/interior/festival-leva-artes-a-rua-em-evora-durante-o-verao-9578337.html</a>	11 de julho
Cultura ao minuto – Notícias ao Minuto	Festival leva 'Artes à Rua' em Évora durante o verão	<a href="https://www.noticiasao minuto.com/cultura/1046969/festival-leva-artes-a-rua-em-evora-durante-o-verao">https://www.noticiasao minuto.com/cultura/1046969/festival-leva-artes-a-rua-em-evora-durante-o-verao</a>	11 de julho
Infocul.pt	Artes à Rua, em Évora, já tem cartaz!	<a href="https://infocul.pt/cultura/artes-a-rua-em-evora-ja-tem-cartaz/">https://infocul.pt/cultura/artes-a-rua-em-evora-ja-tem-cartaz/</a>	11 de julho
Gerador	As artes saem à rua em Évora	<a href="https://gerador.eu/as-artes-saem-a-rua-em-evora/">https://gerador.eu/as-artes-saem-a-rua-em-evora/</a>	12 de julho
Diana fm	"Artes à rua" anima Évora até setembro	<a href="http://www.diana.fm/artes-a-rua-anima-evora-ate-setembro/">http://www.diana.fm/artes-a-rua-anima-evora-ate-setembro/</a>	12 de julho
Portal de Nisa	ÉVORA: Artes À Rua animam a cidade e o concelho	<a href="https://jornaldenisa.blogspot.com/2018/07/evora-artes-rua-animam-cidade-e-o.html">https://jornaldenisa.blogspot.com/2018/07/evora-artes-rua-animam-cidade-e-o.html</a>	13 de julho
Canela e Hortelã	Artes À Rua – Um Festival De Festivais Em Évora Até Setembro	<a href="https://canelaehortela.com/artes-a-rua-um-festival-de-festivais-em-evora-ate-setembro/">https://canelaehortela.com/artes-a-rua-um-festival-de-festivais-em-evora-ate-setembro/</a>	19 de julho

Imagem 2: Tabela de *clipping* evento "Artes à Rua"

## Concertos de Sofá invadem centro histórico de Évora



Publicado em Regional 09 agosto, 2018

O centro histórico de Évora foi palco, esta quarta-feira, dia 8 de agosto, para os Sofá Concerts – Concertos de Sofá, no âmbito da Artes à Rua

A iniciativa inovadora consiste na colocação de um sofá num espaço público, acompanhado por uma placa que convida os transeuntes a sentarem-se. Surge então a equipa da OfA (Oficina das Artes) que compõe uma sala de estar em torno do sofá, acrescentando elementos como um tapete de sala, uma mesa de centro ou um candeeiro.

Estando todas as condições reunidas, surge o cantor acompanhado pela sua banda, que proporciona um pequeno e diferente concerto com a interpretação de um tema musical jazz.

As apresentações tiveram lugar junto ao Templo Romano, no Largo Álvaro Velho e na Praça de Giraldo.

Rádio Campanário

Concertos de Sofá invadem centro histórico de Évora

<https://www.radiocampanario.com/ultimas/regional/concertos-de-sofa-invadem-centro-historico-de-evora>

9 de agosto de 2018

Imagem 3: Exemplo de notícia em pdf do evento "Artes à Rua"

<b>Jornal/Revista</b>	<b>Título</b>	<b>Site</b>	<b>Dia/Mês</b>
Diário de Notícias	Câmara de Évora rejeita transferência de competências do Estado para o município	<a href="https://www.dn.pt/lusa/interior/camara-de-evora-rejeita-transferencia-de-competencias-do-estado-para-o-municipio-9796501.html">https://www.dn.pt/lusa/interior/camara-de-evora-rejeita-transferencia-de-competencias-do-estado-para-o-municipio-9796501.html</a>	3 de setembro
SAPO24	Câmara de Évora rejeita transferência de competências do Estado para o município	<a href="https://24.sapo.pt/atualidade/artigos/camara-de-evora-rejeita-transferencia-de-competencias-do-estado-para-o-municipio">https://24.sapo.pt/atualidade/artigos/camara-de-evora-rejeita-transferencia-de-competencias-do-estado-para-o-municipio</a>	3 de setembro
DianaFM	Câmara de Évora atribui três imóveis devolutos	<a href="http://www.dianafm.com/camara-de-evora-atribui-tres-imoveis-devolutos/">http://www.dianafm.com/camara-de-evora-atribui-tres-imoveis-devolutos/</a>	4 de setembro
DianaFM	Évora prepara o arranque do novo ano escolar	<a href="Http://www.dianafm.com/evora-prepara-o-arranque-do-novo-ano-escolar/">Http://www.dianafm.com/evora-prepara-o-arranque-do-novo-ano-escolar/</a>	6 de setembro
Correio da Manhã	Fixar gente no Interior para evitar incêndios	<a href="https://www.cmjornal.pt/portugal/detalhe/fixar-gente-no-interior-para-evitar-incendios">https://www.cmjornal.pt/portugal/detalhe/fixar-gente-no-interior-para-evitar-incendios</a>	12 de setembro
Notícias ao Minuto	Câmara de Évora alerta para falta de funcionários nas escolas do concelho	<a href="https://www.noticiasao minuto.com/pais/1081783/camara-de-evora-alerta-para-falta-de-funcionarios-nas-escolas-do-concelho">https://www.noticiasao minuto.com/pais/1081783/camara-de-evora-alerta-para-falta-de-funcionarios-nas-escolas-do-concelho</a>	13 de setembro
Diário de Notícias	Festa da Malha reúne cerca de 450 praticantes no domingo em Évora	<a href="https://www.dn.pt/lusa/interior/festa-da-malha-reune-cerca-de-450-praticantes-no-domingo-em-evora-9844722.html">https://www.dn.pt/lusa/interior/festa-da-malha-reune-cerca-de-450-praticantes-no-domingo-em-evora-9844722.html</a>	14 de setembro
Abril	Évora: ano lectivo em risco por falta de auxiliares de educação	<a href="https://www.abrilabril.pt/local/evora-ano-lectivo-em-risco-por-falta-de-auxiliares-de-educacao">https://www.abrilabril.pt/local/evora-ano-lectivo-em-risco-por-falta-de-auxiliares-de-educacao</a>	16 de setembro

Imagem 4: Tabela de *clipping* semanal

### 3.3.1.2. Sugestões da semana

Durante o estágio foi-me ainda solicitada outra tarefa a realizar semanalmente às quintas-feiras, a gravação das sugestões da semana. Isto é, a Câmara Municipal tem às sextas-feiras um espaço nas rádios locais, DianaFM e Rádio Telefonía do Alentejo, onde são apresentadas as notícias sobre a autarquia, eventos, declarações, entre outros e após o momento informativo é feita a sugestão de alguns eventos culturais que acontecem durante a semana. De forma a ter as sugestões concluídas a tempo, todas as semanas tinha de pesquisar quais os eventos a acontecerem na cidade, colocando em primeiro aqueles que eram organizados pela autarquia.

Exemplo:

#### **AGENDA | ÉVORA LOCAL TV 19/10/2018**

São as seguintes as sugestões para esta semana:

Se gosta do mundo da fantasia ou tem crianças que gostem, não pode falhar o espetáculo: Musical Alice No País Das Maravilhas. Uma peça divertida para miúdos e graúdos em que a curiosidade de uma criança e a experiência de sua avó levam-nas enfrentar algumas consequências ensinando, com muita música e brincadeira, valiosas lições sobre a amizade, a felicidade, a convivência e o trabalho em equipa. As sessões decorrem na sexta, dia 19, às 10h30 e às 14h e no sábado dia, 20, às 15h na Arena D'Évora.

Se é apreciador de teatro, não pode perder o 25º Festival de Teatro de Amadores de Évora. De 19 a 29 de outubro, este festival traz sete iniciativas espalhadas pelos dez dias em vários locais da cidade. Do teatro amador ou profissional, passando pela poesia e ainda pelas marionetas não pode deixar escapar este evento.

Se é adepto do desporto e de uma alimentação saudável, não pode perder, no domingo, dia 21, a Caminhada Alimentação Sustentável, que inclui uma conversa com o historiador Francisco Bilou. O ponto de encontro é às 9h no Jardim dos Colegiais.

Terminamos com uma sugestão de cinema:

Na quarta, dia 17, é exibido o filme "COLUMBUS" de Kogonada com sessões às 18h e às 21h30, no Auditório Soror Mariana. O filme retrata Ji um coreano que está na cidade de Columbus para acompanhar o pai, gravemente doente. No hospital conhece Casey e ambos descobrem vários pontos em comum e descobrem-se um ao outro e a si mesmos. Um filme que vai querer assistir!

Informe-se sobre toda a programação cultural na Página Oficial da Câmara em [www.cm-evora.pt](http://www.cm-evora.pt)

Consulte também a Agenda Cultural da Câmara no *Facebook*, ou aceda à APP Município de Évora, disponível para todos os sistemas operativos móveis.

Aproveite as nossas sugestões e tenha uma excelente semana!

### **3.3.1.3. Notas de imprensa e fotografia**

Todos os eventos organizados pela Câmara Municipal e outros que não o sejam mas que contem com a presença dos eleitos são noticiados pelo Gabinete de Comunicação.

Também me coube fazer este trabalho, tal como aos restantes colegas, de acompanhar os eventos, fotografando e, posteriormente escrever a nota de imprensa. Comecei por ser acompanhada por outros colegas para perceber o que fazer, como fazer e o que era realmente importante nos eventos. Após algumas saídas com colegas, comecei a sair autonomamente e a escrever também de forma autónoma as notas de imprensa, bem como a editar as fotografias.

Houve vários momentos destes no decorrer do estágio, que irei enumerar de seguida:

- Conferência “CM Não Esquece!”. Organizada pelo Correio da Manhã e que aconteceu no edifício da Câmara Municipal de Évora e no qual o Presidente Carlos Pinto de Sá participou. Neste evento apenas escrevi a nota de imprensa, sendo as fotografias tiradas pelo Carlos Neves.
- III Feira de Saberes e Fazeres. Um evento organizado pela Câmara Municipal de Évora que conta com uma mostra de produtos e ofícios de algumas organizações de apoio a idosos. Esta feira teve dois momentos: o primeiro na Praça do Sertório, em frente à Câmara Municipal, onde fiz fotografia e nota de imprensa, com a ajuda da colega Rosário Fernandes; o segundo em São Miguel de Machede com uma visita cultural com os idosos presentes no dia da feira. Neste segundo dia fiz apenas a nota de imprensa e fui acompanhada pela Mariana Espenica que fez as fotografias.



- Manifestação de estudantes da Universidade de Évora em frente ao edifício da Câmara Municipal, como forma de protesto ao elevado preço dos quartos na cidade. Também nesta manifestação fiz as fotografias e a nota de imprensa.
- Na zona do Rossio de Évora a Câmara Municipal mandou colocar uns pilaretes para que os carros não estacionem em certos locais de forma a ser possível fazer o caminho de forma pedonal. Aqui fui sozinha fazer fotografias e escrevi a nota de imprensa.
- Durante o mês de setembro houve um evento denominado de Contanário – Festival de Contos e Formas de Contar. Num dos dias deste festival fui fotografar uma sessão de contos e posteriormente fiz a nota de imprensa.
- No dia 30 de setembro realizou-se o III *Trail* Sem Pavor em Valverde. Aqui fiz fotografias, juntamente com os colegas Mauro Freira e Henrique Oliveira e em conjunto fizemos também a nota de imprensa.
- Ainda no dia 30 de setembro realizou-se o evento Oliveira Cup no Kartódromo de Évora, o qual fui fotografar e escrevi a nota de imprensa.
- 19º Encontro de Arte Jovem, no qual jovens oriundos de diversos países vêm até Évora e se encontram em diversos pontos da cidade a fazer pinturas do que observam. Neste evento andei dois dias nas ruas da cidade a tirar-lhes fotografias e fui à receção feita pelo Vereador Eduardo Luciano no Salão Nobre do edifício da Câmara Municipal, na qual foram entregues os certificados de participação onde tirei fotografias. No final escrevi a nota.
- Fui tirar algumas fotografias a obras feitas pela Câmara Municipal de Évora para serem colocadas em notas de imprensa de outros colegas.
- A Divisão de Desporto e Juventude em conjunto com algumas escolas do distrito criou uma exposição sobre sustentabilidade. Fui fotografar a exposição e escrevi a nota.
- Outubro foi denominado “Mês do Idoso” e é celebrado através de um conjunto de iniciativas que a Câmara Municipal prepara. Uma delas foi o “Baile Maior”. Contudo, antes de acontecer o baile houve a preparação do espaço. Fui nesse dia fotografar os preparativos e escrevi a nota.
- Também inserido no “Mês do Idoso” realizou-se o “Seminário – Cuidar do Eu, do Outro e do Tempo” sobre o qual escrevi a nota, sendo as fotografias feitas pela Mariana Espenica.

- Celebrou-se o Dia Municipal para a Igualdade no edifício da Câmara Municipal onde fui tirar as fotografias e fazer a nota de imprensa.
- A 10 de outubro é comemorado o Dia da Saúde Mental. Durante esse mês a Câmara Municipal realizou algumas atividades, sendo uma delas uma tertúlia sobre Saúde Mental na qual tirei as fotografias e escrevi a nota.
- Ainda relacionado com o Dia da Saúde Mental foi feito um “Ginásio da Memória” no Centro de Convívio da Câmara Municipal de Évora, evento que fotografei e sobre o qual escrevi a nota de imprensa.
- A Câmara Municipal de Évora foi congratulada com o Prémio Manuel Lopes, um prémio que distingue as personalidades e organizações que mais se tenham destacado na implementação e difusão de boas práticas ou na realização de estudos e trabalhos de investigação em domínios relevantes para a melhoria e inovação da contratação coletiva. Recolhi informações sobre o prémio e escrevi a nota de imprensa.
- Acontece todos os anos o FIKE – Festival Internacional de Curtas Metragens de Évora. No dia em que foram apresentadas algumas curtas metragens a alunos de diversas escolas, fui fotografar o momento, para que as fotografias fossem colocadas na *newsletter* quinzenal da autarquia.
- A GARE - Associação para a Promoção de uma Cultura de Segurança Rodoviária, celebrou 15 anos de existência e inaugurou a exposição “15 anos de memórias”, na qual estive presente a fotografar e sobre a qual escrevi a nota de imprensa.
- Realizou-se no edifício da Câmara Municipal o Encontro Regional de Núcleos Executivos, evento sobre o qual escrevi uma nota prévia a anunciar que iria haver este encontro e, no dia do evento, estive presente a fotografar e escrevi a nota de imprensa.
- A Universidade de Évora realizou o 17º Encontro Nacional de Ecologia no qual o Presidente da Câmara Municipal esteve presente. Fui fotografar e escrevi nota sobre o evento e o discurso do Presidente.
- Nas férias de Natal a Câmara de Évora organizou um conjunto de atividades de tempos livres para crianças, escrevi a nota a anunciar essas atividades.
- Durante o mês de dezembro a Câmara realizou o “Jardim de Natal” no Jardim Público de Évora. Antes da sua realização escrevi a nota de imprensa a anunciar o evento.

- Realizou-se o evento “RunKids” com crianças do pré-escolar, evento que fotografei em conjunto com o Carlos Neves.
- Aconteceu a 4ª edição da EDP Meia Maratona em Évora que fotografei em conjunto com o Henrique Oliveira, a Rosário Fernandes, o Carlos Neves e a Mariana Espenica.
- Aconteceu na Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo uma sessão comemorativa do Centenário do Ministério da Agricultura. Neste evento o Presidente do Município discursou e estive presente a fotografar o evento e posteriormente escrevi a nota de imprensa.
- No Dia Internacional da Pessoa com Deficiência o município, em conjunto com algumas instituições, organizou uma Feira de Produtos de Instituições de Apoio à Deficiência que eu fotografei e escrevi nota. Também neste dia, fiz o acompanhamento da iniciativa “Esta vaga não é sua nem por um minuto – Projeto Muita Moral” que decorreu em simultâneo.
- Ainda sobre o Dia Internacional da Pessoa com Deficiência realizou-se o I Fórum Inclusivo no edifício da Câmara Municipal, onde estive presente a fotografar e sobre o qual escrevi nota.
- Inserido no Jardim de Natal realizaram-se algumas sessões de contos na Loja dos Sonhos. Estive presente numa dessas sessões a fotografar e escrevi nota.
- De forma a promover o Alto de São Bento, realizou-se aí uma atividade de observação de cogumelos. Fotografei e escrevi nota sobre a respetiva atividade.
- Realizou-se o concurso anual “Árvores de Natal Recicladas” organizado pela Câmara Municipal de Évora. Escrevi nota a publicitar o concurso. E, mais tarde, quando as árvores foram expostas na Praça do Sertório, em frente ao edifício da Câmara, fotografei e escrevi nota sobre a sua exposição.
- A FNAC organizou a “Maratona Fotográfica FNAC” e as fotografias que resultaram desse evento foram expostas no edifício da Câmara Municipal. Na sua inauguração e entrega de prémios fui fotografar e escrevi nota.
- A Câmara Municipal de Évora, na pessoa da Vereadora Sara Fernandes, assinou o contrato do Programa de Beneficiação de Equipamentos Municipais, onde fotografei e escrevi nota de imprensa.

Alguns exemplos:

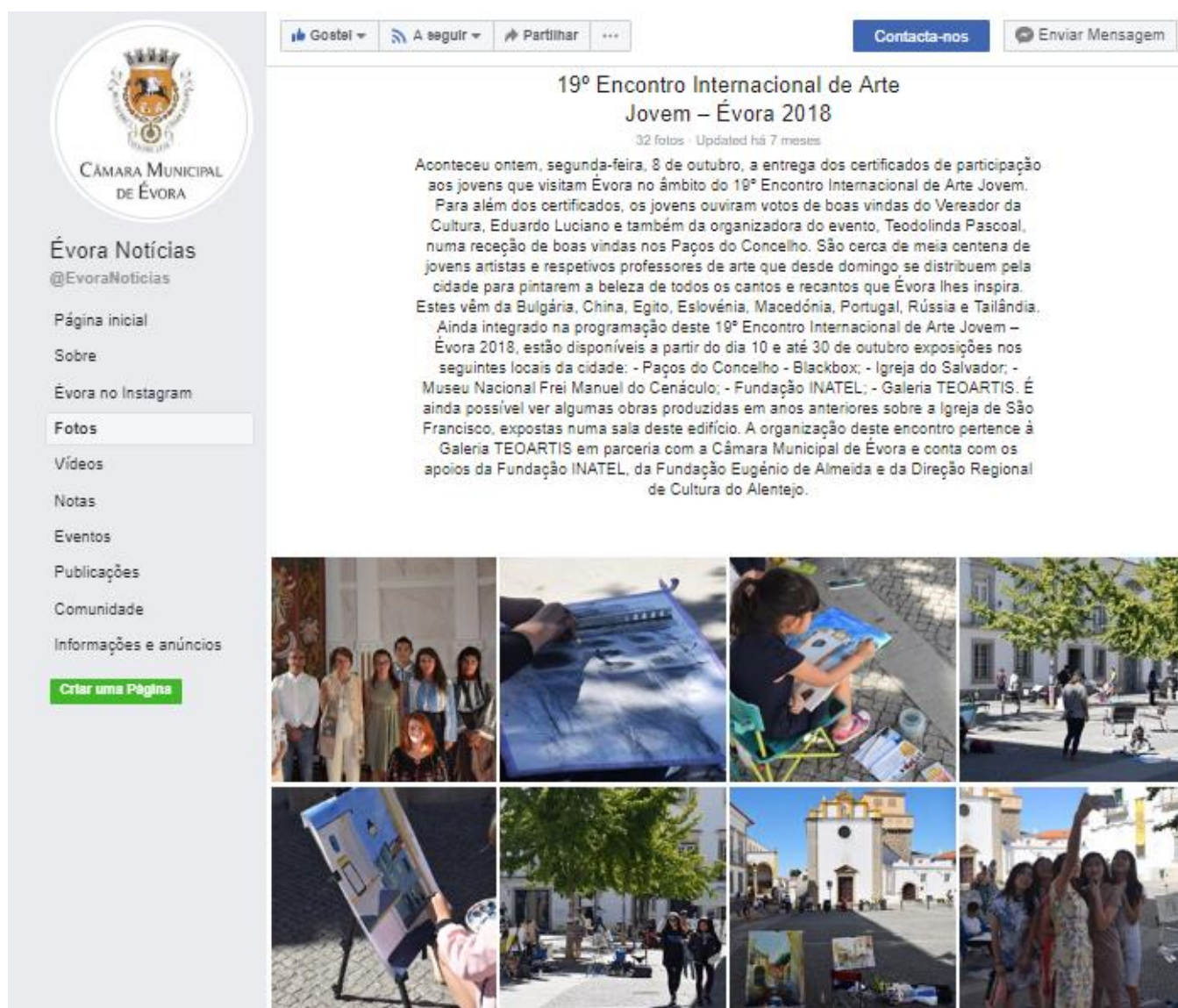


Imagem 5: 19º Encontro Internacional de Arte Jovem – Évora 2018



Imagem 6: Observação de cogumelos no Alto de São Bento





Imagem 7: Almoço de Natal Seniores Ativos 2018

### 3.3.1.4. Outras atividades

Realizei ainda outras atividades, tais como:

- Uma entrevista ao Vereador Eduardo Luciano sobre o Dia Mundial do Turismo, as comemorações deste dia em Évora e o turismo na cidade.
- Fui fotografar o Centro de Convívio da Câmara Municipal de Évora para que fosse divulgado na Carta Social.
- Recolhi informações sobre o Teatro Garcia de Resende para que se pudesse proceder à criação de um *site* para o mesmo.
- Escrevi uma curiosidade relacionada com o Natal e com a cidade de Évora para colocar no separador “Sabias Que...” da *newsletter* quinzenal do município.
- Fiz uma pesquisa sobre todas as páginas em redes sociais que a Câmara Municipal de Évora tem, para posterior reunião sobre quais as que se mantinham.
- Criei um conjunto de perguntas frequentes relacionadas com vários assuntos do município. Estas perguntas iriam depois ser colocadas no *site* da Câmara Municipal de Évora, após aprovação dos serviços com que estivessem relacionadas. Criei as perguntas e fiz as respostas sobre os seguintes temas:
  - Águas;
  - Ação Social;
  - Desporto;
  - Estacionamento;
  - Expediente Geral;
  - Habitação Social;
  - Município;
  - Proteção Civil;
  - Queimadas;
  - Resíduos;
  - Ruído;
  - Turismo;
  - Urbanismo;
  - Venda Ambulante;
  - Veterinária.

Enumero, a título de exemplo, as perguntas frequentes de veterinária:

- Como posso adotar um animal de companhia?

Existem frequentemente no Centro de Recolha Oficial - Canil/Gatil Municipal, cães e gatos disponíveis para adoção. Tratam-se de animais vadios ou de animais entregues pelos próprios donos, que são inseridos no Programa ADOPTA-ME!

Aqui tem uma lista dos animais disponíveis para adoção: <http://municipium.cm-evora.pt/Canil/adotar.aspx>

- Como posso fazer para vacinar/chipar um cão ou gato?

A vacinação antirrábica dos seus animais e a colocação do chip poderá ser dada por um veterinário à sua escolha. Tem também a hipótese de comparecer nas campanhas de vacinação que acontecem nas várias freguesias do concelho em alturas específicas.

A vacina anti-rábica deve ser administrada aos animais com mais de três meses, repetida anualmente, e complementada com outras vacinas e desparasitação.

Para mais informações aceda a este link: <http://www.cm-evora.pt/pt/servicos/servicoveterinaria/Paginas/list.aspx>

- Vou de férias, o que fazer ao animal de companhia?

Se vai de férias e não tem com quem deixar o seu animal, tem aqui duas hipóteses:

- Clínicas veterinárias que disponibilizam hotéis para animais;
- PetSitting: cuidados especializados de alimentação, passeios e limpeza aos animais de companhia.

Peça ajuda aos mais próximos, amigos, família ou vizinhos, mas não abandone o seu animal. O abandono nunca é resposta! Esta é uma prática que em Portugal é considerada crime punível com multa ou prisão.

- Já não posso ficar com o meu cão/ gato. O que posso fazer?

Se já não tem condições para continuar com o seu animal, não o abandone! Pode tentar dá-lo para adoção ou então entregue-o no Centro de Recolha Oficial - Canil/Gatil Municipal e é inserido no Programa ADOPTA-ME! O C.R.O pode ainda fazer a recolha do seu cão ou gato no domicílio, mediante o pagamento de uma taxa.

Se o seu animal se encontra gravemente doente, o C.R.O recebe-o para eutanásia.

Contactos:

C.R.O. – Canil/Gatil Municipal - 266 777 182



- Posso esterilizar o meu animal no canil/gatil?

Para esterilizar o seu animal basta estar atento às campanhas que são feitas sobre este assunto.

Consulte toda a informação em <http://www.cm-evora.pt/pt/servicos/servicoveterinaria/Paginas/list.aspx>

- Há muitos animais vadios na minha rua, o que posso fazer?

O Centro de Recolha Oficial - Canil/Gatil Municipal recolhe cães e gatos vadios ou errantes.

Contactos:

C.R.O. – Canil/Gatil Municipal - 266 777 182

- Alimento uma colónia de gatos, podem-me ajudar na sua castração?

Sim, o Centro de Recolha Oficial – Canil/Gatil Municipal pode ajudar na castração, assim como outras clínicas veterinárias também podem ajudar de forma gratuita.

Contactos:

C.R.O. – Canil/Gatil Municipal - 266 777 182

- Conheço um caso de maus tratos animal, o que devo fazer?

Deve denunciar a situação às autoridades policiais, nomeadamente ao Serviço de Protecção da Natureza e do Ambiente (SEPNA) da Guarda Nacional Republicana (GNR) e ao Centro de Recolha Oficial – Canil/Gatil Municipal, que tem a responsabilidade de fiscalizar e aplicar a legislação em vigor no que à proteção dos animais diz respeito.

Ficam aqui os contactos:

SEPNA - Tel: 213 217 291/2 e Linha SOS : 808 200 520

C.R.O. – Canil/Gatil Municipal - 266 777 182

- Vi um animal ferido na rua, o que devo fazer?

Deve contactar o Centro de Recolha Oficial – Canil/Gatil Municipal para o médico veterinário proceder ao tratamento do animal.

Contactos:

C.R.O. – Canil/Gatil Municipal - 266 777 182

- Vi um animal sozinho na rua, o que devo fazer?

Caso encontre um animal, contacte o Centro de Recolha Oficial – Canil/Gatil Municipal.  
Irá ser verificado se o animal tem microchip e cruzar os dados com os animais perdidos.

Contactos:

C.R.O. – Canil/Gatil Municipal - 266 777 182

- O meu vizinho não apanha os dejetos do seu cão, o que posso fazer?

Deve informar o seu vizinho que é obrigatório recolher os dejetos dos animais e caso não o faça pode ser punido com coima mínima de 145€. Caso ele continue a não apanhar os dejetos do animal deverá apresentar queixa às autoridades.

Contactos:

Guarda Nacional Republicana – Évora - 266 748 400

- O meu vizinho tem animais sem as devidas condições de higiene, o que posso fazer?

Pode fazer queixa às autoridades e ao Centro de Recolha Oficial – Canil/Gatil Municipal que podem proceder à detenção dos animais.

Contactos:

Guarda Nacional Republicana – Évora - 266 748 400

C.R.O. – Canil/Gatil Municipal - 266 777 182

- O meu vizinho coloca produtos venenosos para afastar os animais. Eu tenho um animal, o que devo fazer?

Deve contactar as autoridades e reportar o caso.

Contactos:

Guarda Nacional Republicana – Évora - 266 748 400

## CAPÍTULO 4 – A COMUNICAÇÃO NA CÂMARA MUNICIPAL DE ÉVORA

### 4.1. METODOLOGIA

Apresenta-se aqui a ficha técnica relativa aos dados relacionados com a pesquisa e com o objeto de estudo, neste caso o Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora e a sua comunicação no *online*.

<b>Tamanho da amostra</b>	<b>Área geográfica</b>	<b>Tipo de pesquisa</b>	<b>Trabalho de campo</b>	<b>Processamento de dados</b>
14 pessoas	Portugal Continental - Évora	<i>Online e Pessoal</i>	De 10 de setembro a 21 de dezembro de 2018	De 10 de janeiro a 10 de outubro de 2019

#### 4.1.1. Observação

Importa referir que a observação é um método fundamental neste relatório, já que este versa sobre a realização de um estágio curricular, pelo que foi um dos meios utilizados para a recolha de dados.

A técnica da observação divide-se em três tipos: observação direta participante, observação direta não participante e observação indireta. Como já referido, visto que se trata de um relatório que retrata um estágio, a observação aplicável neste caso é a observação direta participante.

Como afirma Correia, “A Observação Participante é realizada em contacto directo, frequente e prolongado do investigador, com os actores sociais, nos seus contextos culturais, sendo o próprio investigador instrumento de pesquisa.” (2009: 2) É por isso que este é o tipo de observação mais adequado pois desde o início que houve uma integração na vida do Gabinete de Comunicação e nas suas atividades diárias.

#### 4.1.2. Entrevista<sup>6</sup>

Para que fosse possível chegar às respostas que a pergunta de partida nos colocava, foi necessário utilizar um outro método que não apenas a observação participante. Foi então decidido utilizar um método de natureza qualitativa através de entrevistas semi-diretivas.

Segundo Correia este é um método que complementa a observação, referida anteriormente. (2009: 2)

A entrevista semi-diretiva pressupõe a definição de um guião de entrevista. Neste caso existem três guiões<sup>7</sup>, embora existam perguntas que se repetem nos três.

Nas entrevistas semi-diretivas não há uma grande ambiguidade, pois há questões bastante precisas, apesar de continuarem a existir questões de carácter mais geral.

Após a realização das entrevistas, as respostas obtidas irão ser analisadas de forma a entender como é trabalhada a presença *online* deste município pelo Gabinete de Comunicação.

É relevante referir que foram realizadas três entrevistas a três pessoas do Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora, para que fosse possível compreender a presença *online* desta autarquia, sobretudo nas redes sociais através de diferentes pontos de vista.

Direcionamo-nos apenas para uma pequena amostra de três pessoas: Paula Santos coordenadora do Gabinete de Comunicação e cujas principais funções são fazer a distribuição de serviço de todo o trabalho que é responsabilidade do Gabinete, bem como estabelecer a linha de contacto entre os eleitos e os membros do Gabinete de Apoio à Presidência e Vereação e os membros do Gabinete de Comunicação. Sendo a Paula Santos quem coordena todo o gabinete era essencial saber qual a sua opinião. Joaquim Oliveira, funcionário que trabalha com a vertente vídeo e a plataforma *Youtube*. Tudo o que está relacionado com vídeo e voz, como é o caso do espaço que a Câmara tem nas rádios locais, é da responsabilidade do Joaquim. Desta forma, é também importante saber qual a sua opinião sobre as redes sociais e sobre a plataforma digital *Youtube*. E, por fim, Mariana Espenica, um dos membros do Gabinete que trabalha com as redes sociais, mais concretamente o *Facebook*, e também com o *site*. Ela, tal como os restantes membros, gere todas as páginas das redes sociais e faz ainda a análise de tudo o que seja pedido ao Gabinete de Comunicação para que seja publicado no *site*.

---

<sup>6</sup> Nos anexos, em ANEXO 2 – GUIÃO DE ENTREVISTA, encontram-se os guiões utilizados.

<sup>7</sup> Nos anexos, em ANEXO 3 – ENTREVISTAS, encontram-se os guiões juntamente com as respostas obtidas.

## 4.2. ANÁLISE DE RESULTADOS<sup>8</sup>

Ao longo dos meses de estágio no Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora, fui percebendo como era feito e gerido todo o trabalho que compete a este gabinete.

Iniciei o estágio com duas questões que me foram acompanhando ao longo dos meses para que, chegada a altura de escrever o relatório, me fosse possível dar-lhes uma resposta concreta e fundamentada.

Tal como já referido, as perguntas de partida são:

- Como é gerida a presença *online* da Câmara Municipal de Évora?
- Há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação?

Como já referido, direcionamo-nos apenas para uma pequena amostra de três pessoas, Paula Santos, Mariana Espenica e Joaquim Oliveira.

Após a realização das entrevistas segue-se então a análise dos resultados obtidos a partir destas.

Em primeiro lugar importa referir a forma como é feita a gestão do Gabinete de Comunicação, quem faz o quê, quais os eventos que são importantes publicar nas redes sociais e *site* da Câmara e qual o tipo de acompanhamento a ser feito. Sobre este assunto Paula Santos refere que as áreas de intervenção da Câmara já estão divididas pelos vários técnicos, como por exemplo “o Carlos tem as áreas das obras, da higiene e uma parte mais do institucional; a Rosário tem as reuniões públicas de Câmara, tem a Assembleia Municipal, tem a Educação e o Social; o Mauro tem as áreas da Cultura e Património, mas o Património é executado mais pelo Henrique”. A coordenadora do Gabinete refere ainda que quando é recebida a informação de algum acontecimento numa determinada área, já se sabe qual é o exatamente o técnico que irá fazer o acompanhamento do acontecimento. Aponta ainda que depois do acompanhamento dos eventos ou até mesmo antes do acontecimento, depende do Gabinete de Comunicação a gestão e difusão da informação nas redes sociais e *site* oficial da Câmara Municipal de Évora.

Joaquim Oliveira completa esta ideia, apontando que existe “uma folha de trabalho, porque a chefia tem sempre uma reunião de despacho com os eleitos (...) onde é feita uma agenda sobre o tratamento que há a dar a cada momento, a cada ação, a cada iniciativa onde os eleitos vão estar ou que a Câmara organiza. Depois a partir daí é despoletado o trabalho por

---

<sup>8</sup> Nos anexos, em ANEXO 3 – ENTREVISTAS, encontram-se os guiões das entrevistas juntamente com as respostas obtidas.

parte da reunião de serviço onde cada técnico da divisão de comunicação tem depois essa incumbência”. Em relação às peças que são publicadas na plataforma *Youtube* e como se chega à decisão de quais é importante fazer a publicação, diz que “o que entra no *Youtube* são as peças mais importantes que envolvam os eleitos da Câmara ou a organização da Câmara”.

Remetendo ainda à questão sobre o que se publica, agora na rede social *Facebook* e no *site* oficial, Paula Santos referencia que os pedidos para acompanhar os eventos chegam ao Gabinete através dos outros serviços da Câmara, caso sejam eventos organizados por algum serviço, para se ir fazendo o acompanhamento, mas a informação de atividades a acontecerem podem também vir diretamente por indicações dos eleitos. A Câmara Municipal de Évora não conta apenas com uma página de *Facebook*. No entanto, Paula Santos fala sobre a página principal “Évora Notícias” onde aponta que “a regra é: onde aparecem eleitos deve ser sempre publicado no “Évora Notícias”, independentemente de serem coisas promovidas pela Câmara ou por outras entidades. Eventos promovidos pela Câmara, organizados pela Câmara ou pelos serviços da Câmara, são no “Évora Notícias”, que é o canal de notícias oficial do município. Aquilo que são mais atividades dos agentes, que a Câmara apoia ou colabora, mas que é promovido por agentes, em que o ator principal não é a Câmara, temos os outros canais que são mais de divulgação não tanto das coisas da Câmara mas dos agentes, que é o canal do “Évora Cidade Educadora”, mais para as instituições da área social e educativa poderem também divulgar as atividades que prestam; os da cultura a mesma coisa, os do desporto igual. São canais de agenda e de divulgação de atividades que não são exclusivos da Câmara”.

Sobre os assuntos dos quais são feitas notas de imprensa e quais os que vão para aprovação, Paula Santos explica “onde estejam presentes eleitos ou onde eles tenham uma intervenção vai a aprovação. Onde eles estiverem presentes em representação da Câmara, mas não tiverem uma intervenção ativa em determinado contexto, o serviço acompanha, faz o registo, mas geralmente não vai a aprovação (...) Quando vai a aprovação é quando o eleito faz uma intervenção ou um discurso e é importante transmitir essa mensagem para o exterior, qual a posição da Câmara sobre determinado assunto. Nesses assuntos vão sempre a aprovação. Quando nos pedem do GAPV [Gabinete de Apoio à Presidência e Vereação] determinado assunto vai sempre a aprovação. As outras notas vemos diretamente com os serviços”.

Quanto à presença nas redes sociais e o porquê da escolha daquelas em que estariam presentes, a coordenadora explica a importância de estar presente na rede social *Facebook* pois começou a ser utilizada pela grande maioria das pessoas e a Câmara também sentiu a necessidade de ter essa presença. Em relação à rede social *Instagram*, na qual a Câmara

possui conta mas à altura destas entrevistas não a utilizava desde 2016, esclarece que sendo esta uma rede social gerida através de meios móveis, na altura em que foi criado, o Gabinete não possuía um telemóvel do serviço para que se pudesse publicar no *Instagram*. Eram os próprios funcionários que o faziam através dos seus telemóveis pessoais, então deixou de ser utilizado. No entanto, conta que recentemente o Gabinete adquiriu um telemóvel para filmagens de serviço e que esse telemóvel iria também ser usado para a gestão do *Instagram*, tal como é possível verificar desde janeiro de 2019, altura em que esta rede social da Câmara passou a ter um uso frequente.

Ainda sobre o uso da rede social *Facebook*, Mariana Espenica explica a importância de partilhar sempre nesta rede social, dizendo que “as pessoas utilizam mais o *Facebook* e é aqui que veem a informação, há muita gente que não vai ao *site*. É importante partilhar no *Facebook*, porque se não o fizermos as pessoas e as instituições queixam-se que não é divulgado”.

Sobre a importância que as redes sociais têm na sociedade atual e sobretudo num órgão como a Câmara Municipal de Évora, os três entrevistados concordam que é de uma grande importância o município ter presença nas redes sociais, sobretudo no *Facebook*. Esta rede social é vista como a mais abrangente, sobretudo das camadas jovens, e das mais utilizadas, como diz Mariana Espenica. Apontam que é através das redes sociais que a informação flui mais, sobretudo porque é nestas que as pessoas vão procurar a informação em primeira instância. É aqui referida a importância da difusão da comunicação de uma instituição para passar mensagens, dar esclarecimentos e informar a população do que a Câmara está a fazer. Joaquim Oliveira aponta até que “as pessoas são cada vez mais exigentes naquilo que querem ver”.

Apesar das redes sociais serem uma crescente na sociedade atual, os *sites* continuam a ser bastante utilizados, sobretudo neste tipo de instituições camarárias. Mas será que há muita diferença entre o que se partilha num meio como o *site* e o que se partilha nas redes sociais? Paula Santos e Mariana Espenica explicam que em termos de eventos é partilhado de igual forma nos dois meios. Porém, há algumas informações institucionais como regulamentos, editais, atas, concursos de emprego público, entre outros, que apenas são colocados no *site*, pois não se adequam ao tipo de publicações de uma rede social.

Sendo então que as redes sociais são mais vistas pelos utilizadores do que o *site*, é necessário perceber qual a posição do Gabinete de Comunicação em relação a qual dos meios dar mais importância.

Para Paula Santos o *site* é o mais importante, pois sendo o *site* institucional da Câmara “aquilo que está no *site* tem de estar atualizado, tem que ser verdade”. Refere ainda que o *Facebook* “é mais *show-off*”. Explica este ponto de vista dizendo que “no *Facebook* tanto se podem pôr coisas que são da Câmara, ou que não são, desde que um eleito vá a certo sítio, aparece no *Facebook*. E no *site* são coisas da Câmara, são projetos da Câmara. Uma pessoa quando vai à procura de informação fidedigna vai ao *site* da Câmara Municipal de Évora, (...) no *site* é que está a informação atualizada. Eu dou muita importância ao *site* da Câmara, mas muita gente só dá importância ao que está no *Facebook*. Então tudo o que é notícias, tem de ir tudo para o *Facebook*, se vão para o *site* ou não, há muita gente que não liga. Mas depois se vão à procura de algo no *site* da Câmara e não está, reclamam”.

Já para Mariana Espenica o *Facebook* tem mais importância e explica este ponto de vista dizendo que “é mais fácil a partilha, tem lembretes. As pessoas, ao gostarem de uma página, recebem as notificações da página e cria um maior interesse. No *Facebook* é logo no momento, enquanto no *site* tem de se ir à procura.”

Relativamente aos vídeos no *Youtube* e no *Facebook* e em qual destes meios há uma maior visualização dos vídeos, Joaquim Oliveira explica que “no *Youtube* são colocadas as reportagens, mas onde são mais visionadas é através do *Facebook*, por causa das partilhas. O *Facebook* hoje está muito mais à mão. Quando não havia *Facebook* as pessoas iam ao *Youtube* onde eram colocados os vídeos, agora não, as pessoas vão ao *Facebook*. Basta haver uma partilha no *Facebook* e a partir daí é despoletado todo um sem número de partilhas e temos aquele alcance de milhares de pessoas, o visionamento de milhares de pessoas. O *Facebook* é a ferramenta que as pessoas hoje têm à mão, está no telemóvel de qualquer pessoa e é aí que veem os vídeos”. É então por esta grande dimensão de população que o *Facebook* atinge, que em algumas situações a Câmara opta por fazer vídeos em direto através desta rede social. Sobre a visualização deste tipo de vídeos fala sobre uma curiosidade que acontece na maioria das vezes “ao fazer o direto estão a ver 100 ou 200 pessoas e aquele mesmo direto no dia seguinte já tem 1000 ou 2000 visualizações. Porque fica lá o direto e as pessoas vão ver. Para todos os efeitos o que conta é o vídeo. (...) O direto é o momento, nunca tem muito alcance. Mas esse próprio direto nos dias seguintes vai ter muito visionamento, porque é o vídeo que fica”.

Quanto ao tipo de vídeos que são difundidos no *Youtube*, existem dois tipos: vídeo com *voz-off* e vídeo sem *voz-off*. Sobre esta questão o técnico de vídeo aponta que são dois vídeos completamente diferentes. O vídeo com *voz-off* “tem de levar o tratamento jornalístico adequado, por motivações políticas, sociais, que envolvam agentes”. Já sobre o vídeo sem



voz-off explica que se deve fazer “uma introdução de texto e em vez de ter voz-off ter só as imagens, porque são imagens extraordinárias, porque decorrem de um evento que é único, neste caso [referindo-se à EDP Meia Maratona em Évora], com um som por baixo, uma trilha apelativa, que cole as pessoas ao ecrã. É isso que as pessoas querem ver”. Termina referindo que “tem a ver com a sensibilidade do trabalho, normalmente aquilo que as pessoas gostam de ver de imagem, nós damos-lhe de imagem. Aquilo que as pessoas têm de saber de informação, nós damos-lhe informação”.

Apesar de hoje em dia a informação já ser difundida das mais variadas formas, a reportagem em vídeo ainda continua a ter uma grande importância e essa ideia é reforçada por Joaquim Oliveira, o técnico de vídeo da Câmara Municipal de Évora, que refere alguns dados que demonstram a crescente importância do vídeo na sociedade atual. O técnico aponta algumas televisões do panorama nacional, cuja difusão é naturalmente de imagem e vídeo e que, ainda assim, têm nos seus *sites* e redes sociais uma grande difusão de vídeos, das suas reportagens e das suas peças. O técnico refere que “isto diz bem do potencial, da força e do impacto que tem o vídeo. É o que eu chamo de imagem dinâmica. A diferença do vídeo e da fotografia é que o vídeo tem imagem dinâmica. (...) As pessoas vão à procura do vídeo e não da fotografia. A fotografia é aquele momento, é estática (...) enquanto que no vídeo podemos ver o antes, o durante e o depois e é isso que cativa as pessoas (...) O vídeo transmite e transporta mais informação para quem vê”.

As redes sociais são uma crescente na sociedade atual como se verifica a cada dia. No entanto com o crescimento destas surgem os mais diversos tipos de comentários em todas as redes e em todas as publicações. Há comentários maldosos, de elogios, de incentivo, entre muitos outros. Este é um problema com que todas as empresas e instituições se deparam e a Câmara Municipal de Évora não é diferente, ainda por mais sendo uma instituição política. Sobre este facto, os entrevistados referiram que há uma política na Câmara que é não responder aos comentários como, por exemplo, os que contêm provocações. No entanto, os comentários com linguagem imprópria, com cariz xenófobo, que atentem ao bom nome ou que sejam de vendas são eliminados ou ocultados, ficando apenas visíveis para quem gere as páginas. Se a pessoa que fez o comentário enviar uma mensagem privada a perguntar o porquê do seu comentário ter sido eliminado dá-se resposta a explicar o porquê de o terem feito. No que respeita a comentários ou mensagens privadas de cariz político também não se dá qualquer tipo de resposta e os comentários não são ocultados nem apagados.

Sobre a gestão das várias páginas de *Facebook* que a Câmara possui, como já foi referido anteriormente, Mariana Espenica explica que “as páginas principais, cerca de quatro

ou cinco, são utilizadas diariamente. As outras, de eventos anuais, por exemplo, vão-se tentando alimentar com algumas partilhas. Mais tarde, quando se está perto do acontecimento, começam a fazer-se aí todas as publicações relacionadas com o evento em si. (...) Mas há também algumas páginas que ficam esquecidas. Na minha opinião não deviam haver tantas páginas, devia estar tudo mais concentrado”.

Sendo as redes sociais um pilar da sociedade atualmente, Paula Santos e Mariana Espenica apontam que estas são fundamentais para a realidade que se vive. No entanto, o facto da Câmara Municipal de Évora possuir presença em mais do que uma página na rede social *Facebook* é visto por Paula Santos como sendo um pouco confuso, pois “uma pessoa tem de estar sempre a justificar porque está publicado num sítio e não noutra. Todos querem aparecer no “Évora Notícias”. Mariana Espenica refere ainda que o *Instagram* é uma rede social essencial nos dias de hoje “apesar de ainda não o explorarmos o suficiente”.

Por fim, os entrevistados foram questionados sobre a gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação e da Câmara Municipal de Évora, se esta seria ou não uma boa gestão e quais os aspetos a serem melhorados.

Paula Santos disse que há aspetos que se podem melhorar, afirmando que “o *Instagram* é importante para chegar às camadas mais jovens. Devia haver uma decisão sobre a estratégia. Em vez de ser o Gabinete de Comunicação a avaliar caso a caso o que faz, devia haver uma estratégia de comunicação da Câmara para as redes sociais e para o *site*. Haver uma estratégia definida, um plano de comunicação, para uma pessoa saber para onde vai e o que quer atingir, em vez de ser levado pelo que vai acontecendo”. A coordenadora do Gabinete de Comunicação refere ainda a necessidade de uma pessoa “da área e com experiência em comunicação e marketing, a saber o que quer transmitir para a cidade, a nível nacional e criar uma marca de Évora”.

Mariana Espenica aponta que “há um bom funcionamento do *online*, mas ainda há muitas coisas a melhorar. Por exemplo, o Teatro que devia ter uma página só sua, a questão das FAQS [*Frequently Asked Questions*] pois as pessoas perdem-se um pouco no *site* e isso devia estar logo ao início para que não se perdessem. Deveria ser reduzido o número de páginas no *Facebook* e trabalhar mais o *Instagram*”.

Joaquim Oliveira, afirma que “Há o uso que nós podemos e sabemos dar. Sabemos que faltam sempre pessoas (...) quando entrei para a Câmara de Évora, nós tínhamos um computador por serviço e era utilizado por cada um quando queria fazer uma informação, queria fazer uma comunicação (...) Hoje em dia é inimaginável funcionar nalguma empresa que não tenha acesso a um computador. Isto diz bem da evolução das novas tecnologias, que é

de hoje para amanhã. Nós compramos uma máquina de filmar e no próximo mês há uma acima desta, já com outras capacidades. Portanto temos de estar preparados para isto, ou seja, em termos de investimento as instituições têm de estar preparadas para continuarem sistematicamente a investir e não o “faz-se um investimento agora e outro daqui a 10 anos”, sendo que ficaram nove anos para trás, esta é a realidade. Mas mesmo assim não é possível acompanhar o ritmo das novas tecnologias, não há dinheiro para isso, nem há recursos humanos para isso. Se calhar não há dinheiro para termos recursos humanos. Portanto o tratamento que nós fazemos é o tratamento que temos capacidade para fazer. Era possível fazer mais e melhor sim, mas temos de ter mais pessoas e pessoas só afetas àquele determinado tipo de serviço. A nível da função pública não é fácil ter pessoas só talhadas para trabalhar no vídeo, etc. E cada vez mais na comunicação, também estendendo aos órgãos de comunicação social, cada pessoa faz uma multiplicidade de tarefas”.

## CONCLUSÕES

Após a observação direta no decorrer do estágio e a análise às entrevistas realizadas a três elementos do Gabinete de Comunicação da Câmara Municipal de Évora, é possível concluir que, apesar de ainda existirem aspetos a melhorar, o Gabinete de Comunicação tem uma boa gestão do *online* e uma forte presença nas redes sociais e plataformas *online*.

Contudo, relativamente à presença nas redes sociais e plataformas *online*, é apenas notória na rede social *Facebook* e na plataforma *Youtube*. Como já referido anteriormente, a Câmara de Évora também tem conta na rede social *Instagram*, porém esta não é utilizada desde 2016. No entanto, relativamente a esta questão, a Câmara Municipal de Évora e o Gabinete de Comunicação começaram em janeiro de 2019 a dar um uso mais recorrente a esta rede social, fazendo publicações constantes. Apesar de ainda não explorarem nas suas publicações todas as potencialidades que esta rede social oferece, já houve um grande avanço pois ao fim de três anos a rede foi “reativada” e é utilizada de forma quase diária.

Comunicar uma empresa não é um trabalho fácil e, no nosso ponto de vista, comunicar uma Câmara Municipal é um trabalho ainda mais complicado, sobretudo devido aos quadrantes políticos a que uma Câmara está sempre ligada. É preciso saber fazê-lo bem, para que seja possível agradar a todos os públicos, seja de todas as faixas etárias, seja de todas as vertentes políticas.

A nosso ver este Gabinete de Comunicação faz muito bem essa tarefa. O que importa é mostrar ao munícipe o trabalho que é feito pelo órgão camarário. Desta forma são criadas diferentes páginas de *Facebook* para que as pessoas saibam onde procurar determinado assunto e para que seja possível chegar a todos, pois nem todas as pessoas seguem todas as páginas. No entanto, há algumas publicações, as mais importantes, que o Gabinete de Comunicação partilha nas diversas páginas para chegar a todos. Esta importância da comunicação da imagem é também visível na conta de *Youtube* da Câmara Municipal de Évora. Todos os eventos mais importantes e marcantes são ali partilhados: quer seja um vídeo apenas com imagens e uma música de fundo, quer seja um vídeo-reportagem com o jornalista a referir os aspetos essenciais de certa atividade.

O *online* na Câmara Municipal de Évora é gerido de forma exemplar. Há uma constante comunicação entre todos os departamentos para com o Gabinete de Comunicação, assim como entre o Gabinete e os eleitos. O Gabinete de Comunicação sabe gerir a presença no *online*, vê quais são as publicações mais vistas, mais partilhadas, mais comentadas, tentando sempre melhorar o seu trabalho a cada publicação que é feita.

Esta gestão do *online*, neste caso das redes sociais, tem ainda alguns aspetos a melhorar, como referem os três entrevistados, mas são pequenas questões, para que seja possível ainda uma maior abrangência de públicos, não só da cidade mas sim de todo o distrito e até de todo o país e a nível internacional.

De forma sucinta, Paula Santos refere como pontos de melhoria a necessidade da existência de uma estratégia de comunicação, um plano de comunicação e uma pessoa especializada em comunicação e *marketing* para melhorar nestes aspetos. Mariana Espenica refere a importância de uma melhor organização do *site*. E Joaquim Oliveira refere a necessidade da existência de mais pessoas afetas a certos serviços, assim como a necessidade de investimento em materiais.

Sobre a presença cada vez maior dos municípios nas redes sociais é possível concluir que a *Internet*, e tudo o que ela acarreta, veio mudar o mundo, a forma como se vive e se comunica hoje em dia. Como já referido, o que antes era um edital agora está presente não só no *site*, que todas as Câmaras Municipais do Alentejo têm, mas é também partilhado nas redes sociais das mesmas.

É através de todas as ferramentas que as redes sociais oferecem que os órgãos camarários partilham todos os acontecimentos relevantes para os cidadãos.

Como foi possível ver, a presença nas redes sociais é cada vez maior. A divulgação do município é importante e manter a população local, e não só, informada é uma prioridade.

A rede social por excelência é o *Facebook*. Apesar de o *Instagram* estar a ganhar lugar, o *Facebook* continua a ser a mais utilizada.

Cada pessoa, cada empresa, cada Câmara Municipal tem de se adaptar a estas realidades e conseguir manter-se atualizada às constantes novidades dos avanços tecnológicos.

Todos os dias há cada vez mais mudanças no mundo físico e no mundo virtual. Se as Câmaras Municipais pretendem continuar a mostrar o seu trabalho e os seus projetos a todas as pessoas interessadas nos temas têm de continuar a adaptar-se às novas realidades.

O facto de até Câmaras Municipais de pequenas terras, muitas vezes pouco conhecidas, terem conta numa rede social, de se preocuparem em informar não só os seus habitantes, mas também todos os outros que possam ter interesse nos diversos eventos que ocorrem na região é um sinal de avanço muito significativo para a sociedade.

Esta é a realidade atual e, tendo em conta os dados apresentados, é também a realidade do Alentejo: uma zona do país que investe na propagação da informação e no contacto direto com a sua população.

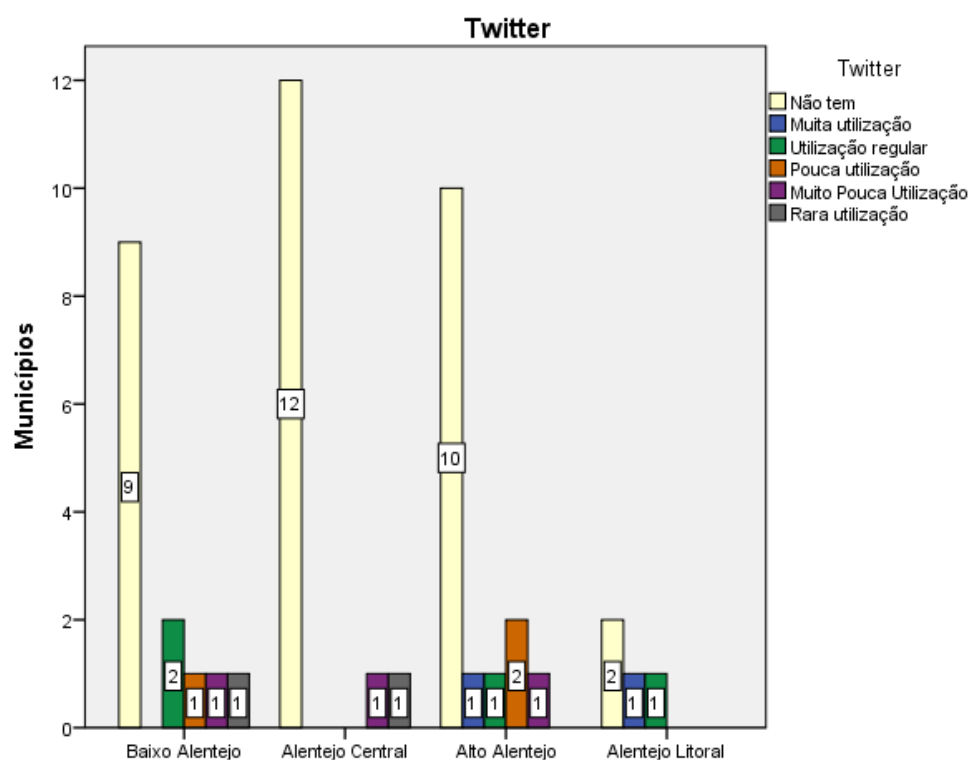
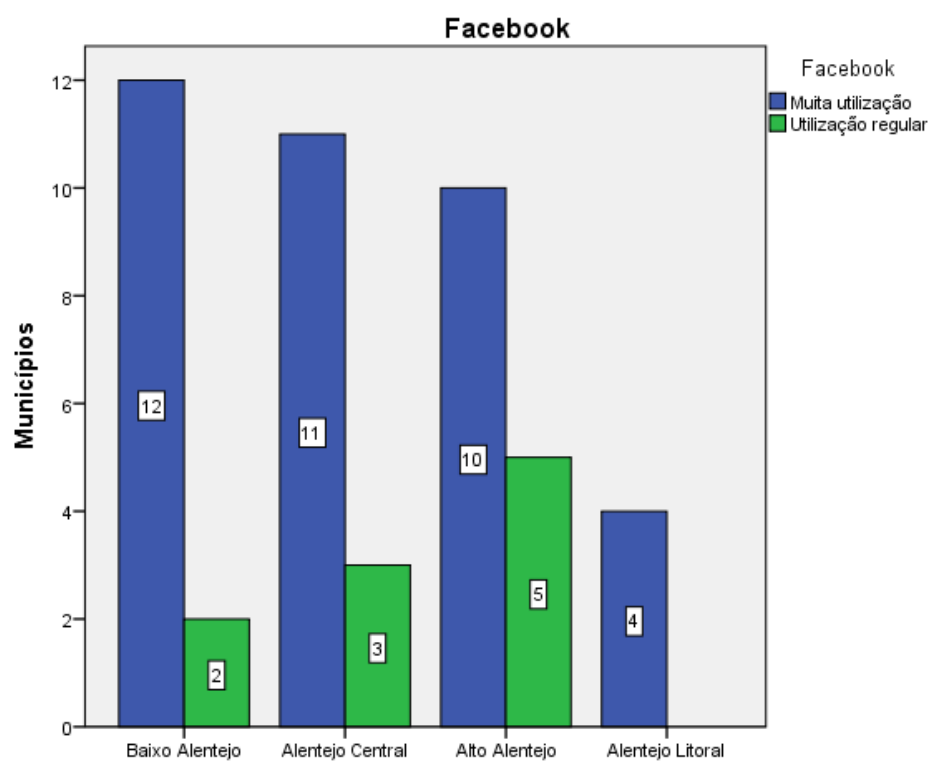
## BIBLIOGRAFIA

- Amaral, I. (2016). *Redes Sociais na Internet: Sociabilidades Emergentes*. Covilhã: Editora LabCom.IFP.
- Anastácio, S. (2017). *A comunicação política na era digital estudo de caso: o parlamento europeu no Facebook*. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Media na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria.
- Barradas, C. (2015). *Las salas de prensa online – estudio de los municipios portugueses. Una propuesta de sala de prensa virtual*. Tesis Doctoral, Departamento de Información y Comunicación de Universidad de Extremadura, Espanha.
- Bueno, W. e Pimenta, C. (2006). *As salas de Imprensa Online como ponte entre a organização e o Jornalista*. Universidade Metodista de São Paulo, Brasil.
- Câmara Municipal de Évora, acedido a 9 de janeiro de 2019 em [www.cm-evora.pt](http://www.cm-evora.pt)
- Câmara Municipal de Santa Comba Dão, acedido a 9 de janeiro de 2019 em [www.cm-santacombadao.pt](http://www.cm-santacombadao.pt)
- Camilo, E. (1998). *Estratégias de Comunicação Municipal – uma reflexão sobre as modalidades de comunicação nos municípios*. Covilhã: Estudos em Comunicação.
- Camilo, E. (1999). Estratégias de Comunicação e Municípios. In *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*. Acedido a 10 de janeiro de 2019 em [www.bocc.ubi.pt/pag/camilo-estrategias-municipios.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/camilo-estrategias-municipios.html)
- Camilo, E. (2010). *Ensaio de Comunicação Estratégica*. Covilhã: LabCom Books 2010.
- Castells, M. (2003). *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda.
- Correia, M. (2009). A observação participante enquanto técnica de investigação. *Pensar Enfermagem*, Vol. 13, Nº2, 30-36.
- Espanca, T. (1980). *Évora - Arte e História*. Évora: Vogal das Academias Portuguesa da História e Nacional de Belas-Artes de Lisboa.
- Fernandes, M. (2011). *Comunicação Autárquica: contributos para as Auditorias de Comunicação*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho.
- Ferreira, G. (2011). *Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso*. Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação na Escola da Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil.

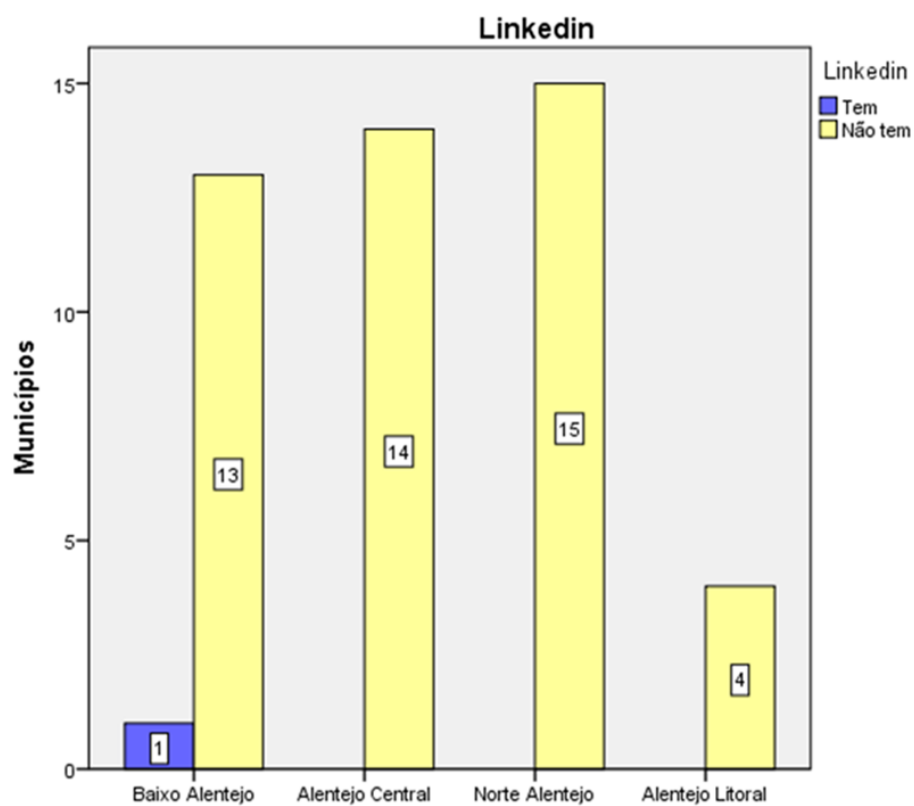
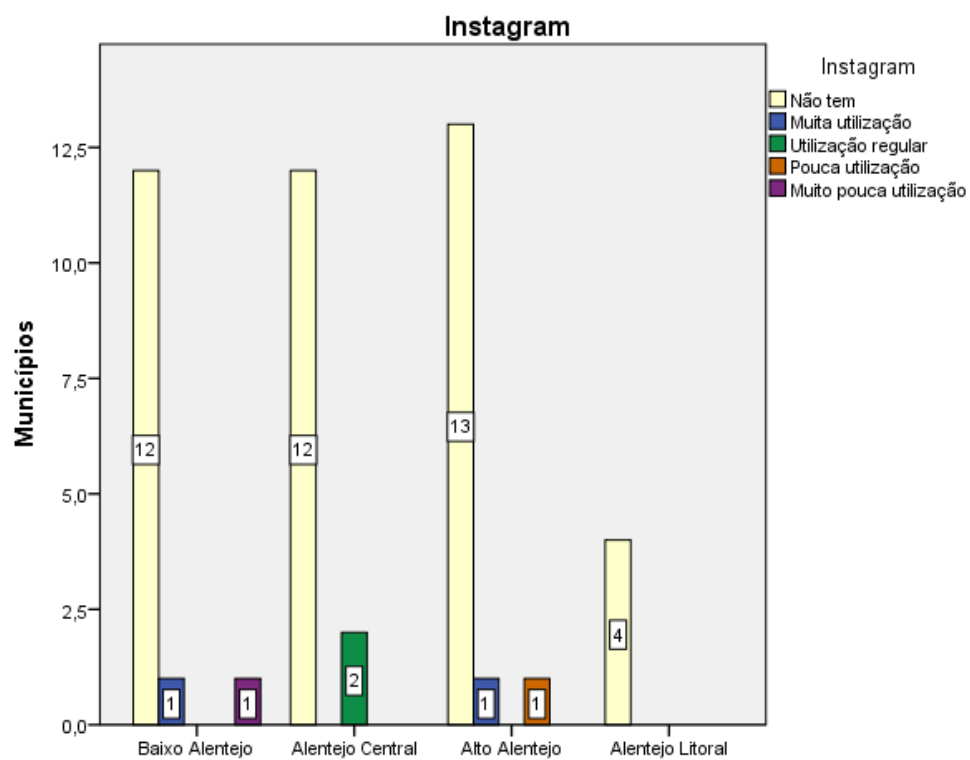
- Filma e Vê & RTP2. (2009). *Património Mundial Português - Évora, Eborá, Liberalitias Julia* [18min.]. RTP. Acedido a 20 de junho de 2019 em [ensina.rtp.pt/artigo/patrimonio-mundial-portugues-cnetro-historico-de-evora/](https://ensina.rtp.pt/artigo/patrimonio-mundial-portugues-cnetro-historico-de-evora/)
- Lopes, M. (2018). *As instituições culturais e os social media: uma análise da presença da Fundação de Serralves nas redes sociais*. Relatório de estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho.
- Piñeiro-Naval, V. & Serra, P. (2018a). *O potencial turístico da web local. Uma análise à comunicação digital das autarquias portuguesas*. In V. Piñeiro-Naval & P. Serra (Eds.), *Cultura, Património e Turismo na Sociedade Digital: Uma perspetiva ibérica*, pp. 157-184. Covilhã: Editora LabCom.IFP
- Piñeiro-Naval, V. & Serra, P. (2018b). *Las instituciones municipales portuguesas y su adopción de las tecnologías 2.0: propuesta de un Indicador de Web Social*. In INVESTIGACIÓN BIBLIOTECOLÓGICA, vol. 33, núm. 78, enero/marzo, 2019: México.
- Pinto, S. (2013) *Comunicação autárquica: A democracia e as relações públicas*. Relatório de estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho.
- Recuero, R. (2009). *Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão*. In Soster, D. & Firmino, F. (org.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul. UNISC.
- Ribeiro, N. (2003). *A Internet na Comunicação Municipal - A rede como suporte ao Governo Electrónico Local*. Apresentação no *workshop* “Cidades e Regiões Digitais – Impacto na Cidade e nas Pessoas”.
- Rufino, C. (2009, abril) *A sociedade em rede e a segunda geração da internet: reflexões para o campo da comunicação organizacional*. Comunicação apresentada no III Congresso ABRAPCORP, São Paulo.
- Sampaio, M. (2010). *Comunicação política: Quem são e como comunicam os 18 municípios do distrito do Porto*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Silva, A., Gonçalves, A., Silva, C., Rosa, D., Pinto, P., Lopes, S. & Mota, T. (2009) *A Web 2.0*. Dissertação de Mestrado em Engenharia Informática e Computação e do Mestrado integrado em Engenharia Industrial e Gestão, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto.
- Souza, T., Júnior, F. & Bruno, F. (2018). *A Gestão da Marca Nas Redes Sociais*. In *Revista Eletrônica Acervo Científico*, 2018. Vol. 1, 11-16.
- Tomaél, M., Alcará, A. & Di Chiara, I. (2005). *Das redes sociais à inovação*. Brasília.

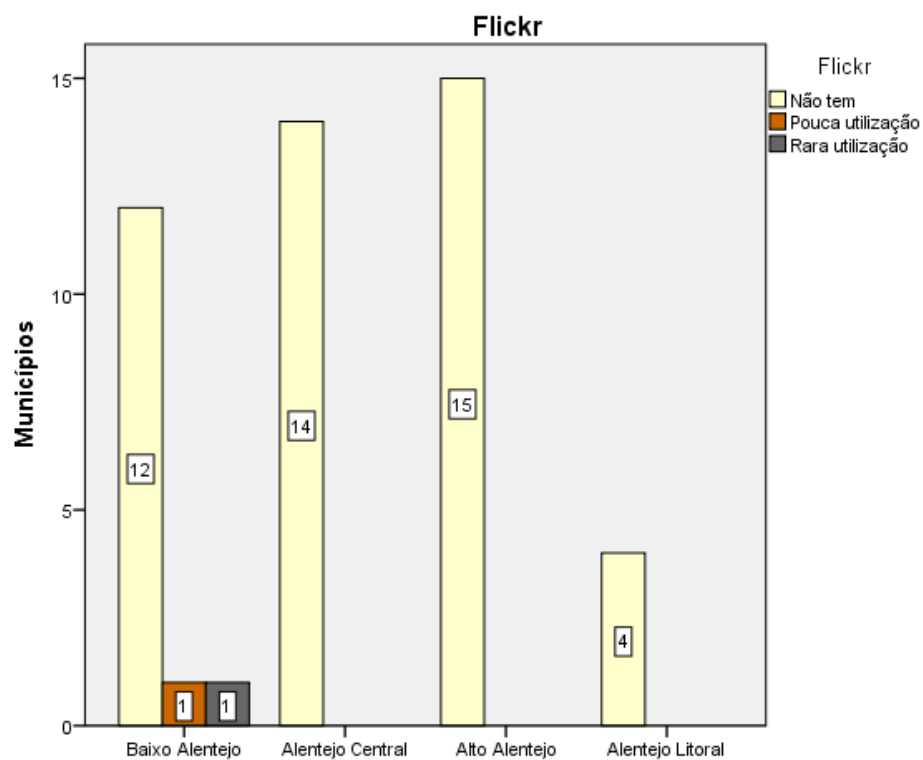
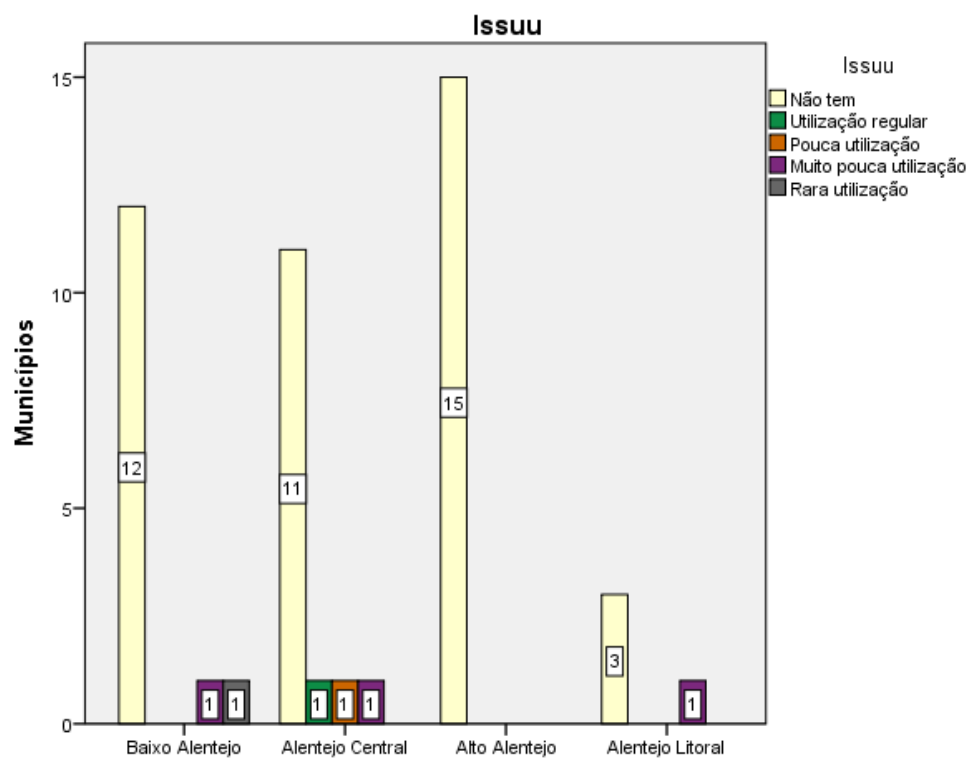
## ANEXOS

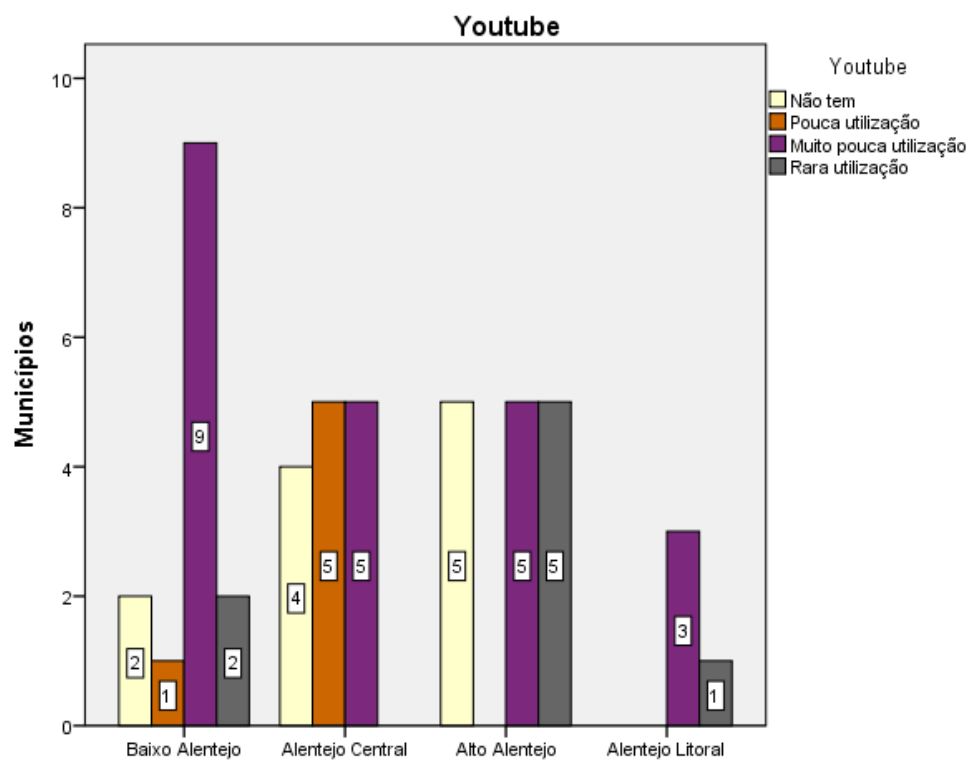
### ANEXO 1 – GRÁFICOS DE FREQUÊNCIA











## ANEXO 2- GUIÃO DE ENTREVISTA

### **Guião de entrevista a Paula Santos, coordenadora do Gabinete de Comunicação:**

- Como é feita a gestão do Gabinete de Comunicação? (como é que se decide quem faz o quê)
- Como é gerida a presença no *online*? (Como se decide o que se publica e quando se publica)
- Esta é uma câmara que possui presença na rede social *Facebook* e na plataforma *Youtube*. Como se decidiu em quais as redes em que iriam marcar presença? E porquê estas?
- Enquanto coordenadora do Gabinete de Comunicação acha que a gestão do *online* e dos conteúdos partilhados é feita de forma correta ou há alguns aspetos a melhorar? Se sim, quais?
- Qual a importância que dão, enquanto Câmara, à presença nas redes sociais? E é para a Câmara a utilidade que vêm no uso de redes sociais?
- Há diferenças entre o que se partilha no *site* e o que partilha no *Facebook*? Se sim, quais?
- Qual o meio a que dão mais importância o *site* ou *Facebook*? E porquê?
- Como é que gerem os comentários no *Facebook*, sobretudo os menos agradáveis, há algum tipo de filtro? (Ocultam comentários, por exemplo)
- Serão as redes sociais essenciais nos dias de hoje ou apenas o *site* seria suficiente?
- Acha que há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação e da Câmara de Évora?

### **Guião de entrevista a Mariana Espenica, uma das gestoras das redes sociais e *site*:**

- Qual a importância que dão, enquanto câmara, à presença nas redes sociais? E é para a Câmara a utilidade que vêm no uso de redes sociais?
- Há diferenças entre o que se partilha no *site* e o que partilha no *Facebook*? Se sim, quais?
- Qual o meio a que dão mais importância o *site* ou *Facebook*? E porquê?

- Como é que gerem os comentários no *Facebook*, sobretudo os menos agradáveis, há algum tipo de filtro? (Ocultam comentários, por exemplo)
- Serão as redes sociais essenciais nos dias de hoje ou apenas o *site* seria suficiente?
- A Câmara possui várias páginas de *Facebook* como é que se gere a presença em tantas páginas? Quais as dificuldades nesta gestão? Há realmente a necessidade de haver presença em tantas?
- Acha que há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação e da Câmara de Évora?

#### **Guião de entrevista a Joaquim Oliveira, produtor do conteúdo de vídeo e som:**

- Em relação ao *Youtube* da Câmara como é decidido quais os eventos sobre os quais se faz vídeo?
- Como é decidido o tipo de vídeo (peça com voz *off* ou só com música)?
- Qual a reacção das pessoas aos vídeos? Há mais reacções/visualizações no *Youtube* ou no *Facebook*?
- Algumas vezes a Câmara faz diretos no *Facebook*, é mais útil o direto? O público adere mais ao direto ou a uma peça?
- Qual a importância da reportagem em vídeo?
- Qual a importância que dão, enquanto câmara, à presença nas redes sociais? E é para a Câmara a utilidade que vêm no uso de redes sociais?
- Serão as redes sociais essenciais nos dias de hoje ou apenas o *site* seria suficiente?
- Acha que há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação e da Câmara de Évora?

## ANEXO 3- ENTREVISTAS

### Entrevista a Paula Santos, coordenadora do Gabinete de Comunicação:

1. Como é feita a gestão do Gabinete de Comunicação? (como é que se decide quem faz o quê)

Antes de eu ser coordenadora do Gabinete de Comunicação, já estavam divididas as áreas de intervenção da Câmara pelos vários técnicos. Então, quando recebemos ou quando há algum acontecimento numa determinada área, automaticamente já sabemos qual o técnico que vai executar determinado serviço. Por exemplo, o Carlos tem as áreas das Obras, da Higiene e uma parte mais do Institucional; a Rosário tem as reuniões públicas de Câmara, tem a Assembleia Municipal, tem a Educação e o Social; o Mauro tem as áreas da Cultura e Património, mas o Património é executado mais pelo Henrique. Isto em relação ao acompanhamento das atividades da Câmara. Depois o Gabinete de Comunicação também faz a gestão mais da parte da comunicação, que é a gestão dos meios da Câmara: das redes sociais e do *site*.

2. Como é gerida a presença no *online*? (Como se decide o que se publica e quando se publica, o que vai a aprovação e o que não vai)

Aqui as regras que estão instituídas é: onde estejam presentes eleitos ou onde eles tenham uma intervenção, vai a aprovação. Onde eles estiverem presentes em representação da Câmara, mas não tiverem uma intervenção ativa em determinado contexto, o serviço acompanha, faz o registo, mas geralmente não vai a aprovação porque a única coisa que vamos dizer é que esteve presente. Quando vai a aprovação é quando o eleito faz uma intervenção ou faz um discurso e é importante transmitir essa mensagem para o exterior, qual a posição da Câmara sobre determinado assunto. Nesses assuntos vão sempre a aprovação. Quando nos pedem do GAPV [Gabinete de Apoio à Presidência e Vereação] determinado assunto vai sempre a aprovação. As outras notas vemos diretamente com os serviços.

Os pedidos de acompanhamento de atividades ou chegam através dos serviços das atividades que nos vão dando conhecimento do que é que estão a fazer para a gente ir acompanhando e fazendo notas sobre isso ou então vem diretamente dos eleitos as indicações do que é importante fazer. Há aqui uma regra: por exemplo, nas redes sociais, no “Évora Notícias”, a regra é onde aparecem eleitos deve ser sempre publicado no “Évora Notícias”, independentemente de serem coisas promovidas pela Câmara ou por outras entidades.

Eventos promovidos pela Câmara, organizados pela Câmara ou pelos serviços da Câmara, são no “Évora Notícias”, que é o canal de notícias oficial do município. Aquilo que são mais atividades dos agentes, que a Câmara apoia ou colabora, mas que é promovido por agentes, em que o ator principal não é a Câmara, temos os outros canais que são mais de divulgação não tanto das coisas da Câmara mas dos agentes, que é o canal do “Évora Cidade Educadora”, mais para as instituições da área social e educativa poderem também divulgar as atividades que prestam; os da cultura a mesma coisa, os do desporto igual. São canais de agenda e de divulgação de atividades que não são exclusivos da Câmara.

3. Esta é uma Câmara que possui presença na rede social *Facebook* e na plataforma *Youtube*. Como se decidiu em quais as redes em que iriam marcar presença? E porquê estas?

O *Facebook* que, sem dúvida, foi a primeira rede social assim mais pujante e toda a gente começou a utilizar e a Câmara sentiu necessidade de também criar, até demais porque agora temos muitos perfis, mas estamos a tentar reduzir. Porque na altura houve um *boom* e toda a gente queria canais no *Facebook*.

Em relação ao *Instagram*, iniciou-se esse processo no mandato anterior, no entanto o *Instagram* é gerido através de meios móveis e aqui no serviço temos o computador fixo e tínhamos que adquirir especificamente um equipamento para as pessoas não estarem a utilizar meios pessoais, mas durante um período foi isso que aconteceu. A Mónica através do seu telemóvel utilizava-o para isso, mas depois deixou de o fazer porque o telemóvel dela é para coisas pessoais e se a Câmara quer fazer tem de comprar equipamentos para isso. Entretanto, fiz a proposta e, recentemente, adquirimos um telemóvel para as filmagens do serviço, que vamos também utilizar para fazer a gestão do *Instagram*.

4. Qual a importância que dão, enquanto Câmara, à presença nas redes sociais? E qual é a utilidade que veem no uso de redes sociais?

A importância é muito grande para a Câmara, cada vez mais. Porque a Câmara muitas vezes dá respostas por assuntos que surgem nas redes sociais. Às vezes vamos um pouco atrás daquilo que se está a falar, como foi o caso da bactéria na água, boato que fez com que a Câmara tivesse de emitir um esclarecimento.

As redes sociais são para passar mensagens, para esclarecer informações, para passar mensagens do que é que a Câmara está a fazer. Até porque as pessoas sabem as notícias não pelos meios tradicionais dos órgãos tradicionais com a rádio, os jornais, etc. A utilização das redes sociais para difundir o que é que a Câmara está a fazer é importante para a Câmara.

5. Há diferenças entre o que se partilha no *site* e o que partilha no *Facebook*? Se sim, quais?

Há coisas que metemos no *site* que não interessam meter no *Facebook*. E há coisas que só se colocam no *site* da Câmara porque são obrigatórias, como a informação institucional sobre regulamentos, sobre editais, sobre avisos, que são informações institucionais que só dizem respeito a determinada pessoa ou a público muito específico, não vale a pena numa rede social com o “Évora Notícias” ter isso.

6. Qual o meio a que dão mais importância o *site* ou *Facebook*? E porquê?

Eu, como fazia a gestão do *site*, dou importância ao *site*, porque o *site* é que é o *site* institucional da Câmara. Aquilo que está no *site* tem que estar atualizado, tem que ser verdade, não podemos dizer coisas. O *Facebook* é um bocado mais *show-off*, acho eu. Porque no *Facebook* tanto se podem pôr coisas que são da Câmara, que não são, desde que um eleito vá a certo sítio aparece no *Facebook*. E no *site* são coisas da Câmara, são projetos da Câmara. Uma pessoa quando vai à procura de informação fidedigna vai ao *site* da Câmara Municipal de Évora porque pensa “ali é que está a informação fidedigna”, dos relatórios da água, etc. pronto são coisas que são importantes para o munícipe, no *site* da Câmara Municipal de Évora é que está a informação atualizada. Eu dou muita importância ao *site* da Câmara, mas muita gente só dá importância ao que está no *Facebook*. Então tudo o que é notícias, tem de ir tudo para o *Facebook*, se vão para o *site* ou não, há muita gente que não liga. Mas depois se vão à procura de algo no *site* da Câmara e não está, reclamam.

7. Como é que gerem os comentários no *Facebook*, sobretudo os menos agradáveis, há algum tipo de filtro? (Se ocultam comentários, por exemplo)

Nós eliminamos. Aqui temos uma política no *Facebook*, no “Évora Notícias”, que é não responder. A Câmara Municipal de Évora não vai responder a provocações. Aqueles que tiverem linguagem imprópria, racista, atentados ao bom nome, com palavrões, com linguagem que não está apropriada, temos o direito de eliminar esses comentários. Depois às vezes mandam mensagens privadas a perguntar o porquê de eliminarem e nós respondemos a dizer “o seu comentário foi eliminado por estas razões assim, assim”. Eliminado não, escondido. Os comentários de vendas e assim também ocultamos, mas é muito raro acontecer.



Comentários políticos ficam e a Câmara não responde, nem a mensagens privadas. O critério é: as pessoas podem comentar e nós não mexemos, nem eliminamos nem nada, fica como está.

8. Serão as redes sociais essenciais nos dias de hoje ou apenas o *site* seria suficiente?

As redes sociais são fundamentais. Mas ao existirem várias redes pode ser confuso, porque uma pessoa tem de estar sempre a justificar porque está publicado num sítio e não noutra. Todos querem aparecer no “Évora Notícias”.

9. Acha que há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação e da Câmara de Évora?

Acho que há aspetos a melhorar. O *Instagram* é importante para chegar às camadas mais jovens. Devia haver uma decisão sobre a estratégia. Em vez de ser o GC a avaliar caso a caso o que faz, devia haver uma estratégia de comunicação da Câmara para as redes sociais e para o *site*, haver uma estratégia definida, um plano de comunicação, para uma pessoa saber para onde vai e o que quer atingir, em vez de ser levado pelo que vai acontecendo. A Câmara Municipal de Évora até devia ter uma pessoa da área e com experiência em comunicação e *marketing*, a saber o que quer transmitir para a cidade, a nível nacional, criar uma marca de Évora. Faz falta um profissional.

**Entrevista a Mariana Espenica, uma das gestoras das redes sociais e *site*:**

1. Qual a importância que dão, enquanto Câmara, à presença nas redes sociais?

Damos muita importância porque permite a divulgação do que se faz, dos eventos, por exemplo. As redes sociais abrangem muitas pessoas das camadas jovens e também os mais adultos, sobretudo através do *Facebook*, que é a mais utilizada.

2. E qual é para a Câmara a utilidade que veem no uso de redes sociais?

Vou falar apenas no *Facebook* porque é o que tem maior visibilidade. As pessoas utilizam mais o *Facebook* e é aqui que veem a informação, há muita gente que não vai ao *site*. É importante partilhar no *Facebook*, porque se não o fizermos as pessoas e as instituições queixam-se que não é divulgado. É essencial partilhar sempre no *Facebook*.

3. Há diferenças entre o que se partilha no *site* e o que partilha no *Facebook*? Se sim, quais?

Em termos de informação de eventos partilhamos de igual forma, comunicados de cortes de trânsito, de água, notícias também, é tudo igual. Porém as atas, concursos de emprego público e algumas outras informações são apenas publicadas no *site*, pois não faz sentido irem para o *Facebook*.

4. Qual o meio a que dão mais importância o *site* ou *Facebook*? E porquê?

Na minha opinião é ao *Facebook*, porque é mais fácil a partilha, tem lembretes. As pessoas ao gostarem de uma página, recebem as notificações da página e cria um maior interesse. No *Facebook* é logo no momento, enquanto no *site* tem de se ir à procura.

5. Como é que gerem os comentários no *Facebook*, sobretudo os menos agradáveis, há algum tipo de filtro? (Ocultam comentários, por exemplo)

Depende dos comentários, mas os mais ofensivos, com palavrões, são ocultados ou eliminados. Aqueles que são desagradáveis mas não ofendem, ficam visíveis. O mesmo se passa com os comentários políticos.

6. A Câmara possui várias páginas de *Facebook* como é que se gere a presença em tantas páginas? Quais as dificuldades nesta gestão? Há realmente a necessidade de haver presença em tantas?

As páginas principais, cerca de quatro ou cinco, são utilizadas diariamente. As outras, de eventos anuais, por exemplo, vão-se tentando alimentar com algumas partilhas, por exemplo o “Guia da Semana”. Mais tarde, quando se está perto do acontecimento do evento, começam a fazer-se aí todas as publicações relacionadas com o evento em si. Por exemplo na página da Feira de São João, coloca-se a informação de abertura do processo para quem quer ter barraquinhas na feira. Mas há também algumas páginas que ficam esquecidas. Há muitas páginas e depois esquecem-se de ser apagadas e acabam por ir ficando todas. Na minha opinião não deviam haver tantas páginas, devia estar tudo mais concentrado.

7. Serão as redes sociais essenciais nos dias de hoje ou apenas o *site* seria suficiente?

Obviamente, principalmente o *Facebook*. E também o *Instagram*, apesar de ainda não o explorarmos o suficiente.

8. Acha que há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação e da Câmara de Évora?

Há um bom funcionamento do *online*, mas ainda há muitas coisas a melhorar. Por exemplo, o Teatro que devia ter uma página só sua, a questão das FAQs [*Frequently Asked Questions*] pois as pessoas perdem-se um pouco no *site* e isso devia estar logo ao início para que não se perdessem. Deveria ser reduzido o número de páginas no *Facebook* e trabalhar mais o *Instagram*.

### **Entrevista a Joaquim Oliveira, produtor do conteúdo de vídeo e som:**

1. Em relação ao *Youtube* da Câmara como é decidido quais os eventos sobre os quais se faz vídeo?

Não é só sobre a questão do *Youtube*, nós temos uma folha de trabalho, porque a chefia tem sempre uma reunião de despacho com os eleitos, que acontece no início de cada semana, onde é feita uma agenda sobre o tratamento que há a dar a cada momento, a cada ação, a cada iniciativa onde os eleitos vão estar ou que a Câmara organiza. Depois a partir daí é despoletado o trabalho por parte da reunião de serviço onde cada técnico da divisão de comunicação tem depois essa incumbência.

O que entra no *Youtube* são depois as peças mais importantes que envolvam os eleitos da Câmara ou a organização da Câmara.

2. Como é decidido o tipo de vídeo (peça com *off* ou só com música)?

São coisas completamente diferentes. Há um que tem de levar o tratamento jornalístico adequado, por motivações políticas, sociais, que envolvam agentes. Depois há aqueles vídeos que temos de perceber o que as pessoas que nos veem querem. Se temos boas imagens de uma meia maratona com atletas a percorrerem as principais artérias da cidade, não temos dúvida que quem está em casa quer ver aquelas imagens, não nos quer ouvir, porque elas falam por elas próprias. Temos de ter essa sensibilidade, fazemos uma introdução de texto e em vez de ter voz-*off* ter só as imagens, porque são imagens extraordinárias, porque decorrem de um evento que é único, neste caso[referindo-se à EDP Meia Maratona em Évora], com um som por baixo, uma trilha apelativa, que cole as pessoas ao ecrã. É isso que as pessoas querem ver.

Se for uma notícia, por exemplo a candidatura de Évora a Capital Europeia da Cultura, se não pusermos uma voz-*off* fica uma peça sem sentido, quem está em casa não percebe o que se está ali a passar, mesmo que se passe um rodapé. Isto tem a ver com a sensibilidade do

trabalho, normalmente aquilo que as pessoas gostam de ver de imagem, nós damos-lhe de imagem. Aquilo que as pessoas têm de saber de informação, nós damos-lhe informação.

3. Qual a reacção das pessoas aos vídeos? Há mais reacções/visualizações no *Youtube* ou no *Facebook*?

Curiosamente, no *Youtube* são colocadas as reportagens, mas onde são mais visionadas é através do *Facebook*, por causa das partilhas. O *Facebook* hoje está muito mais à mão. Quando não havia *Facebook* as pessoas iam ao *Youtube* onde eram colocados os vídeos, agora não, as pessoas vão ao *Facebook*. Basta haver uma partilha no *Facebook* e a partir daí é despoletado todo um sem número de partilhas e temos aquele alcance de milhares de pessoas, o visionamento de milhares de pessoas. O *Facebook* é a ferramenta que as pessoas hoje têm à mão, está no telemóvel de qualquer pessoa e é aí que veem os vídeos.

Entretanto hoje já há alguns vídeos que colocamos diretamente no *Facebook*, mas maioritariamente são colocados no *Youtube* e esmagadoramente são vistos através do *Facebook*.

4. Algumas vezes a Câmara faz diretos no *Facebook*, é mais útil o direto? O público adere mais ao direto ou a uma peça?

O direto é o momento. As pessoas que estão a ver naquele momento veem. Naturalmente quando não é o direto a peça fica e as pessoas vão vendo ao longo do tempo. Também acontece uma coisa curiosa, ao fazer o direto estão a ver 100 ou 200 pessoas e aquele mesmo direto no dia seguinte já tem 1000 ou 2000 visualizações. Porque fica lá o direto e as pessoas vão ver. Para todos os efeitos o que conta é o vídeo. O direto é o momento, em termos de alcance é menor, se não houver uma boa divulgação, se houver uma boa divulgação e que sejam um evento apelativo as pessoas vão estar preparadas, mas mesmo assim é difícil. O direto é o momento, nunca tem muito alcance. Mas esse próprio direto nos dias seguintes vai ter muito visionamento, porque é o vídeo que fica.

5. Qual a importância da reportagem em vídeo?

Cada vez mais importância. Segundo os estudos da CISCO para 2019, 80% do tráfego na *Internet* vai ser vídeo. Portanto isto diz bem do que está para vir. Basta lembrarmo-nos disto, nós temos as televisões, RTP, SIC, TVI e CMTV que são televisões. Então porque têm páginas com vídeos? As rádios são rádios, mas nós vamos aos *sites* e todas já fazem diretos, já fazem vídeos. Portanto se uma estação televisiva que já entra pela casa das pessoas todos os

dias, para quê fazer vídeos e ter os vídeos disponíveis das reportagens nas suas páginas. Isto diz bem do potencial, da força e do impacto que tem o vídeo. É o que eu chamo de imagem dinâmica. A diferença do vídeo e da fotografia é que o vídeo tem imagem dinâmica. Nós vemos uma fotografia de um momento de qualquer evento. As pessoas vão à procura do vídeo e não da fotografia. A fotografia é aquele momento, é estática. A dinâmica do vídeo é que conseguimos ver o que se está a passar, como é que aquilo aconteceu antes, o que é que aconteceu durante e o que aconteceu depois. E a fotografia não, mostra aquele instante, enquanto no vídeo podemos ver o antes, o durante e o depois e é isso que cativa as pessoas a ver o vídeo. Quando vou à procura de um vídeo vou à procura de algo dinâmico. O vídeo transmite e transporta mais informação para quem vê.

6. Qual a importância que dão, enquanto Câmara, à presença nas redes sociais? E qual é para a Câmara a utilidade que vêm no uso de redes sociais?

Muita importância porque sabemos que é por aí que a informação flui mais. É aí que as pessoas vão, é disso que as pessoas querem e procuram. Portanto temos que ter uma grande sensibilidade ao nível da comunicação que nós fazemos. Nós fazemos uma comunicação institucional, ou seja, uma comunicação que acompanha uma entidade, uma instituição. É uma instituição que promove e difunde a sua comunicação através destes meios. Portanto é também por aí uma comunicação um pouco diferente. O *Youtube* e o *Facebook*, não é por acaso que todas as autarquias têm e não só, o Governo tem, a Presidência da República tem, porque são meios muito diretos. As pessoas sabem que se querem ver um vídeo daquela instituição, vão ao *Youtube* daquela instituição e ao *Facebook*. Por isso é que a Câmara tem o *Youtube*, por isso é que a Câmara tem o *Facebook*, que é claramente a rede social mais vista e mais procurada. Portanto é uma importância extrema e cada vez mais sensível não só em quem lá coloca vídeos mas também em quem vai ver. As pessoas são cada vez mais exigentes naquilo que querem ver.

7. Acha que há uma boa gestão do *online* por parte do Gabinete de Comunicação e da Câmara de Évora?

Há o uso que nós podemos e sabemos dar. Sabemos que faltam sempre pessoas, porque os meios de comunicação e nomeadamente as novas tecnologias avançam a um ritmo que não é possível acompanhar em termos humanos. Quando entrei para a Câmara de Évora, nós tínhamos um computador por serviço e era utilizado por cada um quando queria fazer uma informação, queria fazer uma comunicação e dirigia-se àquele computador e fazia aquela

informação. Hoje em dia é inimaginável funcionar nalguma empresa que não tenha acesso a um computador. Isto diz bem da evolução das novas tecnologias, que é de hoje para amanhã. Nós compramos uma máquina de filmar e no próximo mês há uma acima desta, já com outras capacidades. Portanto temos de estar preparados para isto, ou seja, em termos de investimento as instituições têm de estar preparadas para continuarem sistematicamente a investir e não “faz-se um investimento agora e outro daqui a 10 anos”, sendo que ficaram nove anos para trás, esta é a realidade. Mas mesmo assim não é possível acompanhar o ritmo das novas tecnologias, não há dinheiro para isso, nem há recursos humanos para isso. Se calhar não há dinheiro para termos recursos humanos. Portanto o tratamento que nós fazemos é o tratamento que temos capacidade para fazer.

Era possível fazer mais e melhor sim, mas temos de ter mais pessoas e só afetas àquele determinado tipo de serviço. A nível da função pública não é fácil ter pessoas só talhadas para trabalhar no vídeo, etc. E cada vez mais na comunicação, também estendendo aos órgãos de comunicação social, cada pessoa faz uma multiplicidade de tarefas. E antigamente tínhamos pessoas que trabalhavam em cada coisa.